

Tourisme et « lutte contre la pauvreté » au Kirghizstan post-soviétique (Asie centrale)

Vers un éclairage anthropologique

Johanne Pabion Mouriès

Volume 31, Number 2, 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1020774ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1020774ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Pabion Mouriès, J. (2012). Tourisme et « lutte contre la pauvreté » au Kirghizstan post-soviétique (Asie centrale) : vers un éclairage anthropologique. *Téoros*, 31(2), 84–94. <https://doi.org/10.7202/1020774ar>

Article abstract

Le tourisme communautaire a été présenté au Kirghizstan (Asie centrale) comme un moyen de « lutte contre la pauvreté » par les multiples organisations internationales et ONG étrangères implantées dans le pays après l'indépendance. Cet article, basé sur plusieurs expériences de terrain et différentes méthodes d'analyse, met en face à face le « global » et le « local » en confrontant les discours et les objectifs officiels à ce que les acteurs impliqués en font sur le terrain. Il interroge la mise en place et l'appropriation locale d'un programme de développement touristique ayant pour but la réduction de la pauvreté. Il révèle comment l'idée de « lutte contre la pauvreté » est traduite et interprétée pour être, *in fine*, détournée de son objectif premier. Loin de servir les catégories les plus pauvres, le tourisme communautaire au Kirghizstan renforce le creusement des inégalités.

Tourisme et « lutte contre la pauvreté » au Kirghizstan post-soviétique (Asie centrale) Vers un éclairage anthropologique

Johanne PABION MOURIÈS

Docteure en anthropologie sociale

Laboratoire de recherches EDYTEM UMR 5204 CNRS

Université de Savoie

j.pabionmouries@gmail.com

RÉSUMÉ : Le tourisme communautaire a été présenté au Kirghizstan (Asie centrale) comme un moyen de « lutte contre la pauvreté » par les multiples organisations internationales et ONG étrangères implantées dans le pays après l'indépendance. Cet article, basé sur plusieurs expériences de terrain et différentes méthodes d'analyse, met en face à face le « global » et le « local » en confrontant les discours et les objectifs officiels à ce que les acteurs impliqués en font sur le terrain. Il interroge la mise en place et l'appropriation locale d'un programme de développement touristique ayant pour but la réduction de la pauvreté. Il révèle comment l'idée de « lutte contre la pauvreté » est traduite et interprétée pour être, *in fine*, détournée de son objectif premier. Loin de servir les catégories les plus pauvres, le tourisme communautaire au Kirghizstan renforce le creusement des inégalités.

Mots-clés : Tourisme communautaire, pauvreté, appropriation locale, Kirghizstan, femme.

Si, dans les années 1960, le tourisme comme facteur de développement économique était le leitmotiv des organismes internationaux (Picard, 1992 ; Michaud et Picard, 2001 : 6), il est aujourd'hui davantage tourné vers des objectifs humanistes. Ce changement de paradigme du tourisme international s'inscrit dans l'avènement d'un bon tourisme (Cousin, 2008). À cet égard, les projets portés par le secteur touristique accordent à la « lutte contre la pauvreté » une nouvelle place. Au Kirghizstan, le tourisme communautaire, insufflé par les organismes internationaux et les organisations non gouvernementales (ONG), constitue une alternative au tourisme de masse et traduit, dans ce contexte particulier, le passage d'un tourisme soviétique inscrit dans une économie planifiée (autrefois géré par l'État, la jeunesse communiste ou les syndicats) à un tourisme marchand, réapproprié par les populations locales.

Ancienne république fédérée de l'URSS, ce pays montagneux (94 % du territoire) situé en Asie centrale a connu de nombreux bouleversements sociaux, économiques et culturels depuis l'ouverture des frontières et l'indépendance de 1991. Après avoir été une zone particulièrement fermée à l'époque soviétique, le Kirghizstan s'est ouvert à de multiples organisations internationales, fondations et ONG (Pétric, 2008 : 145). Cette ouverture vers l'extérieur lui a valu d'être considéré par

la « communauté internationale » comme le pays ayant le système politique le plus démocratique de l'Asie centrale : pendant plusieurs années, le Kirghizstan a été présenté comme un « îlot démocratique » (Pétric *et al.*, 2004 : 21) dans un contexte régional autoritaire (Laruelle et Peyrouse, 2006). Autrefois l'une des républiques les plus pauvres de l'Union soviétique, le pays est passé de la tutelle moscovite à l'encadrement international (Pétric, 2008 : 145). Si le Kirghizstan est le deuxième pays le plus pauvre d'Asie centrale après le Tadjikistan, il est aussi l'un des pays les plus dépendants de l'aide publique au développement. Selon les estimations, 33,7 % de la population vivrait en dessous du seuil de pauvreté (Indexmundi, 2011). Fort de ce constat, l'association suisse de coopération internationale Helvetas introduit, dès le milieu des années 1990, un programme de tourisme communautaire en faveur des femmes pauvres du milieu rural.

Comment cette idée de lutte contre la pauvreté, construite et portée par les instances internationales, s'intègre-t-elle dans le contexte kirghize post-soviétique ? Comment les acteurs lui donnent-ils sens à travers leurs pratiques ?

À partir d'une enquête ethnographique menée entre 2004 et 2009, cet article propose de discuter les pratiques et les résultats du projet implanté par Helvetas. L'analyse permet

ainsi de rendre compte des décalages entre les discours officiels affichés à l'échelle macro (teintés de représentations, de normes sociales, de codes, etc.) et les pratiques sociales des individus considérés dans leur diversité. La spécificité du regard anthropologique consiste à se centrer sur le local pour saisir ces décalages à partir d'observations et d'entretiens révélant le point de vue des différents acteurs en présence. Dans le cas de cette étude, le programme implanté par Helvetas a été approprié localement et il s'est vu détourné de ses objectifs initiaux. La lutte contre la pauvreté a été négociée, bricolée au niveau local par différents acteurs.

Du point de vue méthodologique, l'auteure a ainsi croisé différentes données recueillies à partir d'observations directes ou participantes (festivals, réunions, foires touristiques, etc.), d'entretiens ou de questionnements libres auprès de 150 acteurs identifiés, et d'analyse de sources écrites (littérature grise, photographies des touristes, guides ou brochures touristiques, législation en matière de tourisme, manuel de formation à l'accueil touristique publié par les ONG, etc.). L'approche retenue est celle d'une anthropologie du développement et du changement social (Olivier de Sardan, 1995) qui envisage tout projet d'aide publique au développement comme un objet d'étude. Il s'agit de comprendre l'enchevêtrement des logiques et des pratiques sociales des multiples acteurs en présence. En effet, tout programme de développement international met en relation de nombreux individus aux histoires, normes, représentations et pratiques hétérogènes. Dans le cas du projet porté par Helvetas, les différentes catégories d'acteurs concernées (ONG, responsables de projets sur le terrain, bénéficiaires de projets, touristes, etc.) n'ont ainsi pas nécessairement les mêmes intérêts à le voir se développer et à y participer.

La première partie de l'article présentera en amont les lignes directrices du programme pour en aval analyser sa concrétisation sur le terrain. La seconde partie nuancera alors les résultats diffusés à l'échelle macro en s'appuyant sur une microanalyse interrogeant le principe de ciblage de la catégorie de femmes pauvres en milieu rural. En filigrane, l'auteure rendra compte de l'hétérogénéité des stratégies et des intérêts des protagonistes et, par là même, de la manière dont les acteurs kirghizes se saisissent, traduisent, interprètent l'idée de lutte contre la pauvreté et comment ils la négocient à l'échelle micro.

Le programme de Helvetas, une réussite partielle

Fondée en 1955 et présente au Kirghizstan depuis 1994, Helvetas se classe parmi les acteurs clés du développement dans le pays, plus particulièrement dans le domaine du tourisme, comme l'indique son omniprésence dans les guides touristiques (Bloom *et al.*, 2011; Mayhew *et al.*, 2004; Kerros et Gauzere, 2010). Depuis le 1^{er} juillet 2011, l'association qui a fusionné avec Intercooperation (fondée en 1982) est engagée dans 30 pays et elle est portée par plus de 100 000 membres, donatrices et donateurs ainsi que par 12 groupes régionaux de bénévoles. L'association s'attache à « l'amélioration des conditions de vie des populations les plus défavorisées des zones rurales » (Helvetas Swiss Intercooperation, n. d.). Elle est conjointement soutenue financièrement par la Direction

suisse du Développement et de la Coopération (DDC), le Secrétariat d'État à l'Économie (sous le ministère suisse des Affaires étrangères) et la Banque mondiale.

L'association exprime sa mission à travers trois principaux objectifs :

Nous soutenons des personnes et des communautés pauvres et défavorisées de pays en développement et en transition cherchant activement à améliorer leurs conditions de vie. Nous proposons une coopération au développement basée sur l'aide à s'aider soi-même, et permettons à des personnes et à des communautés d'améliorer durablement leurs moyens d'existence. Nous encourageons l'accès équitable aux ressources et services de base, et contribuons ainsi à surmonter les causes de la pauvreté (Helvetas Swiss Intercooperation, n. d.).

Cette volonté affichée s'exprime au Kirghizstan par l'implantation d'un programme de développement touristique dans l'oblast de Naryn — oblast signifiant la circonscription administrative soviétique correspondant à la région. Cette région est considérée depuis l'effondrement de l'URSS comme la plus pauvre du pays (CAMP, 2002 : 74). Aussi l'objectif prioritaire de ce programme vise-t-il, dès son implantation, « la réduction de la pauvreté par l'amélioration des conditions de vie des populations défavorisées » (Helvetas, 2002). Articulé dès 1997 autour des femmes et intitulé le Women Promotion Project, il se matérialise par la création d'une ONG sous le nom de Shepherd's life (la vie des bergers). Il offre la possibilité à 10 femmes de la ville de Kotchkor d'accueillir les touristes chez elles dans leur maison ou dans leurs yourtes (tentes en feutre blanc considérées comme l'habitat traditionnel des peuples nomades de la région avant que le régime soviétique ne les sédentarise). Ce type de tourisme, appelé dans un premier temps « tourisme rural », est d'emblée présenté comme une stratégie de lutte contre la pauvreté. Cette dernière fait l'objet, depuis une dizaine d'années, de nombreuses recherches ou critiques de la part de chercheurs en sciences sociales. Les textes internationaux relatifs à la lutte contre la pauvreté sont largement passés au crible depuis les années 2000 (Bénicourt, 2001; Lautier, 2002; Rist, 2002) comme le sont certains programmes de développement (Cling *et al.*, 2003), notamment dans le tourisme (Lapeyre *et al.*, 2007; Sarrasin, 2009). En témoignent les revues spécialisées qui lui ont consacré un numéro : *Tiers monde* (1995; 1999), *Études rurales* (2001), *Politique Africaine* (2001), *Autrepart* (2007), *Problèmes politiques et sociaux* (La documentation française, 2009).

Dans le programme de Helvetas, la population ciblée dans les premières années du projet (1997-1999) concerne donc exclusivement les femmes, considérées pauvres en milieu rural. Le principe repose sur la redistribution des bénéfices tirés de l'activité touristique et le recrutement d'une coordinatrice. Le statut de coordinatrice, réservé aux femmes, consiste à sélectionner les autres membres du projet, à leur faire appliquer les règles et les ordres imposés par Helvetas et à organiser les manifestations au niveau local (festivals, foires touristiques, etc.). En outre, elle se doit de répartir, de façon équitable, les touristes chez les membres du projet. Il est convenu que tout membre de l'ONG s'engage à lui reverser 15 % de la somme payée par le touriste.

La femme est invitée, dès l'origine du projet, à jouer un rôle clé. En effet, elle devient la principale organisatrice de l'activité touristique en accueillant les touristes chez elle. Les responsables de Helvetas interrogés soulignent de façon unanime l'importance de cette féminisation des acteurs touristiques. Selon eux, la féminisation de l'activité touristique peut répondre à un bilan alarmant : les femmes sont prédominantes dans la catégorie des « pauvres » et représentent, selon les chiffres diffusés au niveau international, 70 % des pauvres dans le monde (Goetz *et al.*, 2008). S'il existe différentes acceptions de la pauvreté selon les organismes internationaux et différents indicateurs permettant de l'évaluer (Bénicourt, 2001), pour les responsables de Helvetas, la pauvreté se mesure à l'insuffisance des ressources matérielles et des moyens de subsistance différenciés par le sexe. Les principales raisons invoquées par les responsables dans leur choix de la population ciblée de femmes pauvres en milieu rural sont les suivantes :

« Nous proposons, dès 1997, aux femmes rurales, dont les conditions de vie sont difficiles [,] de faire un pas vers l'indépendance en offrant des *bed and breakfast* aux touristes », explique Damira Raeva, responsable de projet chez Helvetas (2007 : communications personnelles). « [C'est] un moyen de gagner de l'argent tout en continuant leur vie de famille. Pourquoi elles ? Parce que les femmes du milieu rural sont les premières victimes de l'effondrement de l'URSS : elles se sont retrouvées sans emploi. Helvetas tenait à l'indépendance des femmes [...] Ce sont aussi elles qui éduquent leurs enfants, qui s'occupent du foyer... Elles sont devenues l'une de nos priorités », précise l'intervenante (Raeva, 2007 : communications personnelles).

Dans ce propos, on distingue plusieurs arguments légitimant le principe de ciblage des femmes comme catégorie vulnérable devant être aidée. D'une part, les femmes apparaissent dans le discours victimes de discriminations et d'inégalités de genre, ayant été les premières à perdre leur emploi. D'autre part, elles se révèlent les plus à même d'investir les bénéfices potentiels obtenus par l'activité touristique. Responsables du foyer et de l'éducation de leurs enfants, elles offrent la garantie d'une vision moins lucrative de leur activité. Dans les discours, la pauvreté est entendue comme une insuffisance de ressources matérielles, aussi sa réduction doit-elle se traduire par une amélioration du bien-être, du niveau et de la qualité de vie des femmes. En témoigne la récurrence dans les entretiens du terme d'*empowerment* (capacité d'agir), signifiant lui-même un processus d'autonomisation au niveau individuel et de changement au niveau collectif, particulièrement dans les rapports entre les hommes et les femmes.

Cette question de la femme et de son autonomisation s'inscrit dans un contexte global de défense des droits de l'Homme et d'égalité entre les hommes et les femmes, contexte jalonné par différentes conventions, déclarations ou conférences internationales (Convention de 1979 ; Conférence de Pékin de 1995 ; objectifs du Millénaire, etc.).

À partir de 1999, le Women Promotion Project est rebaptisé Business Promotion Project, sans changement concret au niveau local. Cette évolution marque néanmoins un changement de paradigme : le passage de l'émancipation des femmes au *business*. Si l'autonomisation des pauvres reste la visée

officielle des projets, il ne s'agit dès lors plus de promouvoir de façon exclusive les femmes. Ce changement de nom est le prélude à l'implantation d'un autre projet de développement touristique. En effet, l'année suivante, soit en mai 2000, un second projet pilote nommé Community Based Tourism Project (CBT) est introduit, à l'image du premier, centré sur les femmes, toujours dans la ville de Kotchkor, avant d'être élargi à toutes les régions du pays. Helvetas élargit par là sa population ciblée à l'origine de son implication dans la région. L'objectif de réduction de la pauvreté reste inchangé mais concerne non plus uniquement les femmes mais la « communauté ».

La notion de « communauté » suppose un ensemble d'individus liés par des intérêts communs. Helvetas recourt à la notion de « communautés locales » à partir des années 2000. Celle-ci est, depuis lors, largement traduite en anglais par « local communities » et récupérée par les acteurs qui développent le tourisme durable dans le pays. À l'image du terme « population locale » employé dans les projets de tourisme solidaire, cette notion de « communauté » concerne, dans les faits, les personnes qui y sont impliquées.

Le tourisme communautaire est déjà opérationnel dans d'autres régions du monde (en Amérique du Sud, en Afrique, etc.). Cette approche s'inscrit dans les modèles alternatifs de développement dit endogène et autocentré (Tommasoli, 2004), et son objectif premier est dans le contexte kirghize de garantir le développement économique local en impliquant ainsi les populations. Dans cette perspective, les populations pauvres sont invitées à se saisir du marché touristique. Ainsi, il est alors possible de devenir salarié, à titre de guide de trekking, de chauffeur ou encore de famille d'accueil dans les villages ou les campements de yourtes. Fort d'un réseau de 20 ONG travaillant avec près de 400 familles (soit 1 400 personnes) et chapeauté depuis 2004 par l'Association Kirghize de Tourisme Communautaire (KCBTA), les bureaux CBT constituent dans les régions une structure incontournable. Depuis 2007, l'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE), en tant que partenaire de KCBTA, a élargi le réseau à toute l'Asie centrale : depuis des ONG CBT se trouvent au Kazakhstan, en Ouzbékistan, au Tadjikistan et au Turkménistan (voir illustration 1). À ce jour, cette ouverture centrasiatique n'est toujours pas une réussite (Ruslan, 2012 : communications personnelles).

Les résultats diffusés au niveau international et observés au niveau local

Dix années après sa mise en place, la redistribution des bénéfices tirés du tourisme, le pouvoir d'agir (*empowerment*) des femmes et l'amélioration du bien-être des populations locales — objectifs du programme — semblent opérationnels. En effet, les femmes participant activement au développement du tourisme communautaire jouissent d'une position sociale renforcée par une assise financière nouvelle.

L'évaluation de ce projet met en évidence une certaine réussite quant aux objectifs visés. À ce titre, plusieurs points méritent d'être relevés. D'une part, l'évaluation quantitative du projet révèle une augmentation considérable du nombre de personnes impliquées dans le réseau KCBTA : avec 10 femmes sélectionnées en 1997 à Kotchkor, plus de

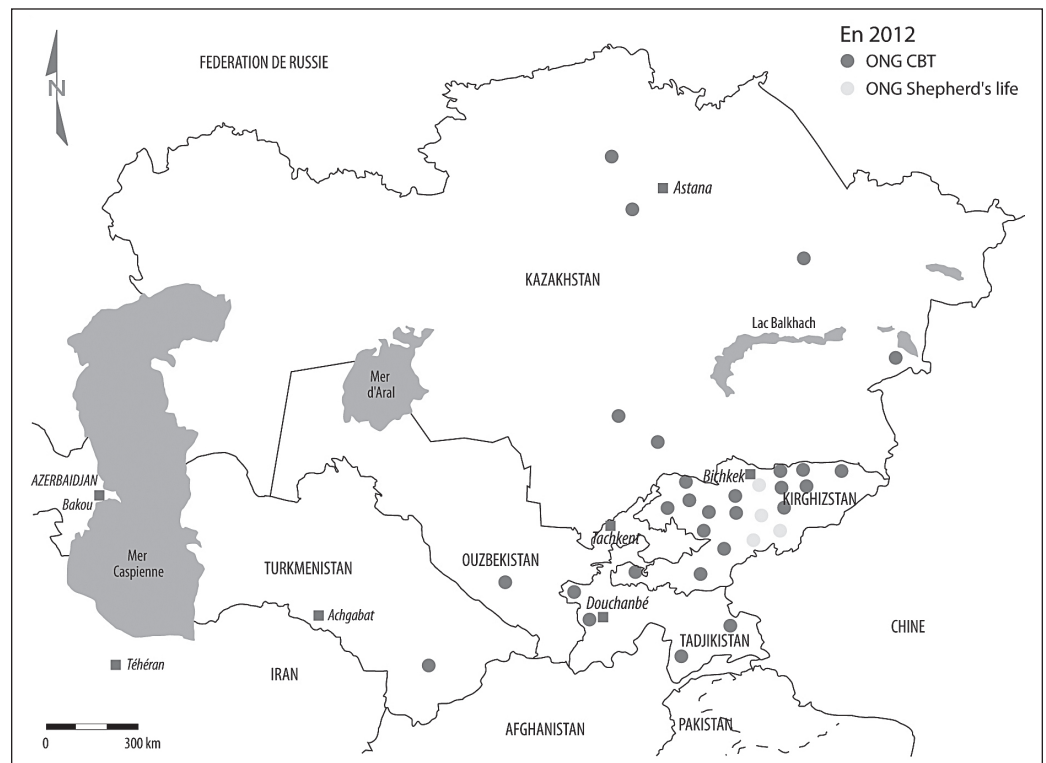


ILLUSTRATION 1 : Carte de la diffusion des ONG CBT à l'échelle régionale (réalisation cartographique : Mélanie Duval).

400 familles d'accueil étaient recensées en 2007 sur le territoire kirghize. Cette augmentation souligne la création effective d'emplois créés dans le cadre du tourisme communautaire. D'autre part, selon les chiffres diffusés par KCBTA sur les revenus des familles du réseau, il apparaît que celles-ci se sont enrichies et gagnaient (en 2004) en moyenne 12 736 soms, soit environ 255 euros, pour la saison touristique du mois de juillet au mois d'août (KCBTA, 2005). En 2007, selon la responsable du KCBTA, les membres du réseau CBT auraient reçu en moyenne entre 280 et 320 euros pour la saison touristique. Certaines personnes auraient même pu gagner 70 000 soms, soit 1 400 euros, en deux mois alors même que le salaire mensuel moyen était à la même époque estimé à 50 euros. Tous les rapports publiés par KCBTA depuis attestent cet enrichissement et montre que la somme perçue par les familles du projet ne cesse de croître, à l'exception de l'année 2010 où les touristes étaient moins nombreux du fait de conflits interethniques (Helvetas, 2006, 2007, 2010). Une enquête de terrain renouvelée en septembre 2012 confirme cet enrichissement : une famille interrogée sur le campement de l'étude faite en 2007 puis en 2012 rapporte qu'elle aurait gagné l'équivalent de 15 000 euros en 2012 contre 1 800 euros à l'époque de la première enquête (2007). Cet enrichissement est bien évidemment lié à l'augmentation exponentielle des touristes accueillis : alors que cette même famille interviewée avait reçu 120 touristes en 2007, elle raconte en avoir accueillis 842 au cours de la saison 2012 (Djildyz, 2012 : communications personnelles). Si toutes les familles du campement ne suivent pas la même trajectoire, celles-ci révèlent de façon unanime que le nombre de

touristes a triplé depuis 2007, ayant pour corollaire une augmentation sensible du salaire perçu en 2012.

Ce projet de tourisme communautaire a, de surcroît, permis la création d'emplois davantage réservés aux femmes que ne le sont d'autres secteurs industriels. Les avantages économiques et les investissements des personnes impliquées dans le CBT ont suscité l'achat de bétail ou de matériel supplémentaire (yourtes, grandes tentes, tables, miroirs d'appoint, étagères, etc.) permettant par là même la création d'entreprises familiales ou l'élargissement de leur activité. D'autres femmes soulignent qu'elles ont aussi pu avoir, grâce à leur activité touristique, accès à des microcrédits leur permettant d'élargir leur premier investissement. L'amélioration du niveau de vie des membres du réseau touristique est donc indéniable et se mesure, selon la responsable de KCBTA, par un système d'évaluation des *guesthouse* et des yourtes : 96 % des familles évaluées en 2005 vivent dans des conditions de vie convenables (Helvetas, 2005 : 5). En 2012, cette amélioration du niveau de vie se matérialise sur le terrain par la multiplication de générateurs ou de panneaux solaires, de gazinière, d'appareil radio, de lavabos et de cabinets de toilettes par familles (voir illustration 2). Pratiquement toutes les yourtes sont à présent équipées de lampes.

Enfin, au-delà des avantages matériels, ce projet semble avoir donné à certaines femmes une forme de respectabilité sociale au niveau local. Les femmes sélectionnées dès l'origine du projet sont aujourd'hui reconnues comme appartenant à une catégorie d'élite. Ainsi, la coordinatrice de Shepherd's life, Mairam Omurzakova, a été félicitée au niveau international pour son engagement dans la lutte contre la pauvreté



ILLUSTRATION 2 : Lavabo et panneau solaire autour des yourtes, Song Köl, Kirghizstan. (photo : Johanne Pabion Mouriès).

en créant près de 2 000 emplois pour les femmes. Elle a ainsi reçu le prix de Women's creativity in rural life 2005, délivré par la Fondation du Sommet mondial des femmes (Women's World Summit Fondation). Considérée comme la meilleure entrepreneuse en milieu rural, ayant mis en place «le tourisme nomade et le développement durable» (WWSF, 2011), Mairam s'est vue récompensée par un don de 500 dollars, une photographie dans la presse locale et un article dans un journal diffusé à l'échelle internationale.

L'association KCBTA a également été applaudie et considérée par le gouvernement comme «la meilleure organisation promouvant le développement du tourisme kirghize» (Helvetas, 2005 : 6). La réussite de cette démarche aurait même encouragé l'adoption du décret n° 112 intitulé *Programme étatique sur le développement du tourisme dans les villages jusqu'en 2010*, invitant les acteurs touristiques à suivre le modèle du tourisme communautaire (Tourdoumambetov, 2007 : communications personnelles).

Pour autant, ce succès est fortement critiqué. L'analyse de Nicola Palmer met en évidence, depuis l'implantation du CBT, une lutte pour le monopole du marché touristique (Palmer, 2006) et les éventuels conflits interethniques qu'elle cristallise (Thompson et Foster, 2003). Phagocytant les parts de marché initialement dévolues aux voyageurs locaux, Helvetas, en formant gratuitement les populations locales à l'accueil touristique, en développant le tourisme individuel dans les régions rurales (jusqu'alors exclues des circuits touristiques classiques), est en effet fortement critiquée.

Ainsi, l'approche quantitative du programme semble-t-elle masquer des lignes de faiblesse et suscite-t-elle des interrogations : à qui profite concrètement le projet? La lutte contre la pauvreté est-elle efficace pour les catégories ciblées? Le principe de ciblage est-il opérant?

Au-delà des chiffres, les discours et les rapports publiés par les associations Helvetas, KCBTA, Destination Marketing Association ou encore par les Nations Unis (Helvetas, 2002, 2006, 2007, 2010 ; Destination Marketing Association, 2006 ; Baktygulov et Raeva, 2010) ne concèdent aucune donnée précise sur la cohérence des choix opérationnels avec les objectifs initiaux du programme. Le contexte local n'y est, quant à lui, que peu abordé. Il convient donc de dépasser cette première analyse et de s'intéresser à un autre niveau d'action : le niveau microsociale.

D'une lutte contre la pauvreté à une lutte pour le marché touristique

Si le pouvoir économique d'agir est effectif, concerne-t-il concrètement la population ciblée initialement? D'où viennent les femmes du programme? Qui sont-elles? Pourquoi et par qui ces femmes ont-elles été choisies? Autrement dit, quels sont les facteurs déterminant la sélection des «femmes pauvres du milieu rural»?

Au travers de ce questionnement, c'est le principe même de ciblage des populations qui est en jeu. Initialement circonscrit autour de la femme pauvre du milieu rural, il convient de passer au crible de l'analyse la catégorie de «femme» et celle de la pauvreté. Cette analyse repose sur des données récoltées sur un campement de yourtes (voir illustration 3). Situé sur la rive nord-est du lac Song Köl (3 016 m d'altitude, région de Naryn, voir illustration 4), ce campement est devenu un haut-lieu du tourisme communautaire dans le pays : 13 familles membres d'ONG de tourisme communautaire différentes (CBT, CBT + Eco, Shepherd's life et Jäiloo Tourism Community) dont celles portées par Helvetas se répartissaient 31 yourtes en août 2007 et 42 yourtes en septembre 2012. Une étude de



ILLUSTRATION 3 : Campement de yourtes de Bataï Aral (photo : Johanne Pabion Mouriès).

cas de deux mois conduite en 2007 a été complétée en septembre 2012. Les données recueillies en 2007, notamment sur les trajectoires historiques, sociales et géographiques comme sur les caractéristiques des familles (nombre de bétail, de yourtes à disposition, de touristes accueillis, salaire perçu, ONG d'appartenance, etc.), ont ainsi pu être réactualisées cinq années plus tard.

À l'image de ce que le socio-anthropologue Jean-Pierre Olivier de Sardan a mis en évidence au sujet des représentations biaisées de la réalité sociale et des stéréotypes relatifs à la tradition ou encore au mythe de la communauté (Olivier de Sardan, 1990), les discours des représentants de Helvetas laissent transparaitre la même homogénéité. On remarque alors que les acteurs de l'aide impliqués dans des projets fondés sur l'approche participative ont souvent une conception erronée de la « communauté » ou de la catégorie « populations locales ». Dans cette représentation, la communauté renvoie à la solidarité, au collectif et au consensus.

Dans les discours de Helvetas, la catégorie de femme se dessine ainsi comme une entité homogène et cohérente basée sur une différenciation des sexes. Les propos d'un responsable éclairent les représentations de la catégorie ciblée :

Ce sont des femmes pauvres qui vivent dans les campagnes... sans ressources. Ce sont des femmes qui subissent le poids de la tradition, elles sont volées et ce sont elles les principales victimes de la chute de l'URSS. Ce sont elles qui se sont retrouvées sans emploi et qui ont vu leurs conditions de vie diminuer. Les discriminations dont elles souffrent sont un obstacle au développement (Raeva, 2007 : communications personnelles).

Pour autant, un élément central permet de discuter cet *a priori* : l'analyse des trajectoires sociales des femmes bénéficiaires du projet.

Des femmes aux trajectoires hétérogènes

Trois types de femmes apparaissent impliquées dans le tourisme communautaire :

- les femmes qui avaient une position influente dans le système social soviétique (qu'elles aient été gardiennes de chevaux au sovkhose, par exemple, ou responsable des travaux idéologiques au sein du Parti communiste, ces statuts étaient valorisés et valorisants) ;
- les femmes ayant épousé un dernier fils (*Kitchuu bala* en kirghize), dont la position dans la fratrie est prestigieuse et économiquement avantageuse dans l'institution familiale kirghize. Conformément à la coutume, c'est le dernier fils qui hérite de la maison des parents. L'héritage se fait en ligne paternelle (Fathi, 2004) ;
- et enfin les femmes ayant un mari recruté dans le cadre de nouveaux statuts professionnels implantés par les acteurs du développement international tels que responsable d'un bureau CBT ou d'une ONG, inspecteur écologique, guide de trekking, etc.

Les biographies recueillies déconstruisent, en raison de leur hétérogénéité, la catégorie usuelle et homogène de « femmes en milieu rural » construite par Helvetas. Cette remise en cause de l'homogénéité des catégories ciblées par les programmes de développement a déjà fait l'objet d'analyses anthropologiques (Chauveau et Lavigne-Delville, 1998 ; Olivier de Sardan, 1995).

Sachant que les appropriations locales de projets de développement international accompagnent les dynamiques locales (voir notamment Olivier de Sardan, 1995 ; Atlani-Duault, 2007 ; Guillermet, 2010), on peut s'interroger sur la mise en pratique de ce projet et de son appropriation. Aussi, les profils des femmes du campement évoluent dans le temps, plus en fonction des coordinatrices qui les recrutent que des critères

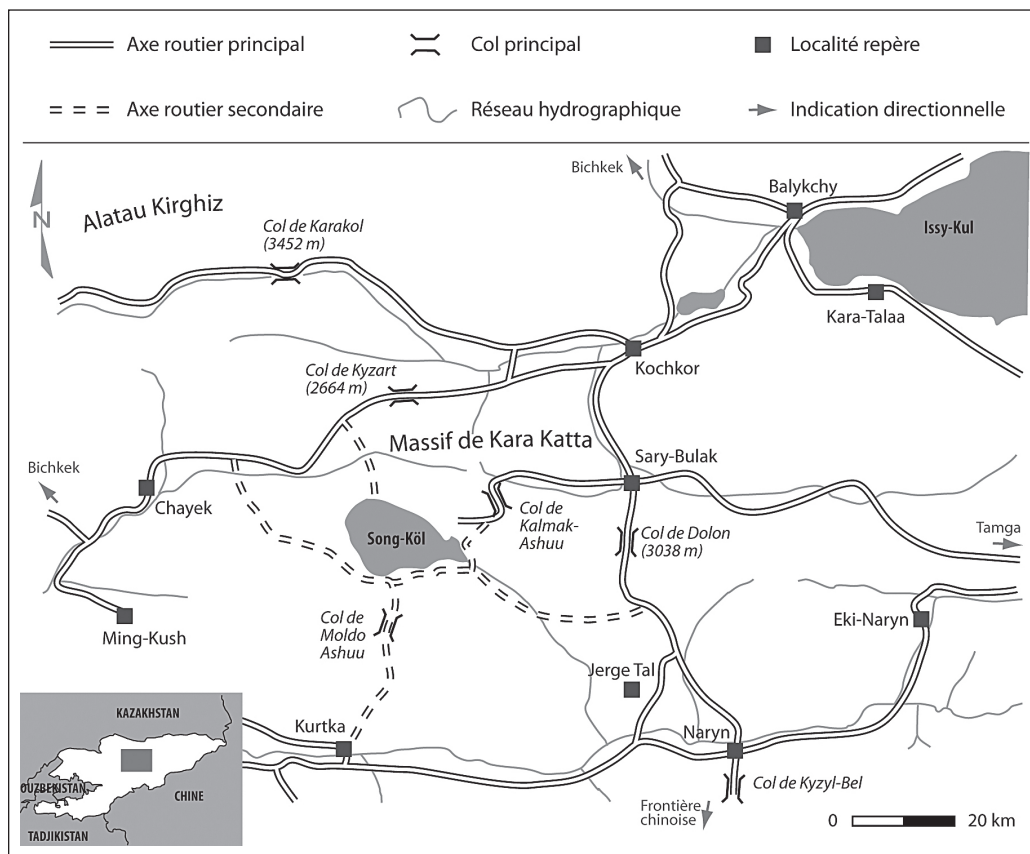


ILLUSTRATION 4 : Localisation du lac Song K  l, Kirghizstan (r  alisation cartographique : M  lanie Duval).

relatifs à la population cible de Helvetas. Cela signifie que, au-delà du principe de ciblage, les modalités de recrutement sont également à nuancer.

Le mode de recrutement des femmes, révélateur des jeux d'acteurs locaux

Si l'association envisageait, à l'origine de son programme, de ne recruter que des femmes pauvres du milieu rural, dans la pratique, le recrutement est principalement le fait de stratégies et de jeux d'acteurs locaux (ici les coordinatrices). Celui-ci s'appuie alors davantage sur des modes de solidarité liée au profil de la coordinatrice que sur des règles imposées par l'ONG. Aussi, l'approche participative, en tant que nouvelle gestion de l'activité touristique censée faire participer les groupes d'acteurs les plus vulnérables, se traduit dans les faits par l'exclusion de ces derniers du programme.

Si toutes les femmes sélectionnées ont des parcours divergents comme en témoigne l'étude de leur parcours de vie, elles partagent une caractéristique commune : le fait d'avoir été coopt e par l'une des coordinatrices de Shepherd's life ou du CBT entre 1997 et 2007. On distingue ainsi trois vagues successives d'installation des familles à Batai Aral. Pour la première période repérée (1997-1999), les femmes membres appartiennent à la même classe d'âge et ont travaillé au sein de l'administration soviétique sous l'URSS. Lors de la deuxième phase (2000-2003), elles apparaissent plus jeunes que les premières et ont exercé à

l'époque soviétique au sein des kolkhozes (exploitations agricoles) ou des sovkhozes (fermes d'état) en tant que gardiennes de chevaux ou bergères. La dernière période identifiée sur le campement (2003-2007) met en évidence des femmes encore plus jeunes que les précédentes ayant comme autre caractéristique commune le fait d'être majoritairement les épouses de derniers fils.

Au sein de chacune des trois périodes se dégage une autre caractéristique : des femmes dont les maris sont reconnus pour leur nouveau statut professionnel introduit depuis l'avènement du tourisme communautaire et des projets d'aide publique au développement.

La primauté des logiques sociales sur les règles imposées par Helvetas

Ce mode de recrutement et les profils identifiés mettent en évidence le fait que le pouvoir d'agir n'est pas relié à un processus de différenciation des sexes comme l'entend Helvetas. Les facteurs déterminants dépassent le fait d'être une femme. Des règles et des logiques sociales prévalent sur les règles imposées par Helvetas. Les différentes biographies analysées nuancent en effet la pertinence du ciblage des bénéficiaires dans la mesure où le projet ne touche pas l'ensemble de la « population cible », mais uniquement les personnes en mesure de se les approprier sur la base des dynamiques locales préexistantes.   cet égard, les hommes, bien qu'en apparence absents du développement touristique à ce niveau local

de décision et d'action, n'en sont pas pour le moins décisifs : ils sont déterminants dans la cooptation de leur épouse.

L'exemple d'une femme du campement montre que la catégorie usuelle de « femme » inscrite dans une différenciation par le sexe ne tient pas. En ciblant les « femmes pauvres en milieu rural », Helvetas élude les rapports sociaux réels face aux enjeux et ressources introduits par son programme. Les femmes se trouvent liées à des rapports sociaux, économiques et politiques. Elles sont prises dans des unités familiales, dans divers réseaux et statuts qui les distinguent les unes des autres, notamment par la position de leur mari.

Nazira est considérée comme leader sur le campement de Bataï Aral. Elle s'appuie sur différentes ressources pour mettre en œuvre ses stratégies de positionnement : un capital économique hérité de sa position influente dans le système soviétique et en lien avec la position de son mari comme dernier fils. Anciennement gardiens de chevaux au sovkhoe (position prestigieuse), Nazira et son mari, Nouraly, sont ceux qui accueillent le plus de touristes à Bataï Aral. Ayant tiré bénéfice des avantages matériels octroyés par le régime soviétique aux gardiens de chevaux (distribution d'une yourte tous les 10 ans ou encore de matériel comme les duvets, les bottes en caoutchouc, etc.), ils ont également pu hériter, au moment de la privatisation du sovkhoe après l'effondrement de l'URSS, d'une partie du bétail du sovkhoe, mais aussi acheter, pour une modique somme, l'ancienne ferme au sein de laquelle ils travaillaient. En outre, comme tous les habitants de leur village, ils ont obtenu de l'État 0,4 hectare de terrain par personne. Cette distribution favorisait les familles nombreuses ayant encore à charge leurs enfants. Ce fut le cas de Nazira et son mari, dont les cinq enfants vivaient encore au domicile familial. Cette conjonction de facteurs leur a valu d'acquérir un capital économique conséquent. Leurs troupeaux de 300 moutons, 40 vaches et 50 chevaux comme leurs yourtes décorées sont en partie les signes de leur richesse. On mesure ici l'importance de la position sociale occupée dans le système soviétique. Pour autant, un autre facteur a joué en la faveur du couple : la position de Nouraly au sein de sa fratrie en tant que dernier fils. En tant qu'héritier, ce dernier a déjà pu récupérer les yourtes appartenant à sa famille paternelle pour se lancer dans l'activité touristique. Ils ont ainsi pu louer leur yourte subsidiaire pour acheter du bétail supplémentaire. Cet élément a toute son importance pour le couple. Installés dans la maison familiale et forts d'un capital économique de départ (les yourtes, le bétail), ils épargnent depuis la première saison touristique. Ces différentes ressources constituent un capital économique et symbolique qui, dans le cas de Nazira, lui ont facilité l'accès au réseau touristique.

Cet exemple révèle que la pauvreté n'a pas été définie par Helvetas au regard du contexte kirghize où la richesse ne se mesure pas au salaire perçu mais, notamment en milieu rural, au fait de posséder des troupeaux ou encore d'hériter du bétail, des yourtes et de la maison familiale. Les anthropologues Jean-Pierre Chauveau et Philippe Lavigne-Delville (1998 : 198) ont quant à eux souligné que la pauvreté, définie comme « l'état social de ceux qui sont les plus dépourvus de recours contre le risque et l'incertitude », n'est pas un état statique mais qui au contraire s'inscrit dans un processus dynamique. En ce

sens, cet état social de la pauvreté ne peut être réductible à des groupes sociaux strictement délimités ou encore être évalué à partir d'indicateurs quantitatifs (Chauveau et Lavigne-Delville, 1998).

Tant la catégorie usuelle de « femme » que celle de pauvreté construites par Helvetas ne sont pas opérantes au regard du contexte kirghize. Intimement lié à la position sociale de leur mari, le développement d'une activité touristique complémentaire, bien qu'assurée prioritairement par les femmes au niveau local, intègre pleinement les hommes au processus de pouvoir d'agir.

Initialement orienté vers un objectif d'émancipation de la femme pauvre en milieu rural, le projet de Helvetas s'est vu récupéré et instrumentalisé autant par les femmes que par les hommes. En 2007, un nouveau coordinateur a été élu au CBT. Pour la première fois, c'est un homme qui occupe la fonction. Cette tendance, recruter des hommes plutôt que des femmes, se retrouve aujourd'hui à l'échelle du pays. Si Helvetas avait, à l'origine de ses projets, instauré de ne recourir qu'à des femmes pour occuper la fonction de coordination, en 2007, 14 hommes occupaient ces postes contre 4 femmes dans tout le pays. Au terme de cet article et au vu de la répartition des coordinateurs comme de celle des membres du réseau (47 % d'hommes et 53 % de femmes), on peut ici affirmer que l'idée « d'empowerment des femmes » a été instrumentalisée, tant par les hommes que par les femmes, pour servir une autre cause : celle de participer puis de maintenir sa position sur l'échiquier touristique local. Si, au niveau local, une certaine féminisation des acteurs touristiques se dessine, les portraits des différentes femmes interrogées montrent que les hommes, bien qu'en apparence absents, jouent un rôle déterminant dans le positionnement de leur épouse.

C'est ce qu'affirme par exemple Assel lorsqu'elle révèle que c'est grâce à son mari qu'elle est aujourd'hui impliquée dans le réseau de tourisme communautaire :

Si mon mari n'avait pas été inspecteur écologique, je n'aurais jamais fait partie du projet et été aujourd'hui à cette place sur le campement. Au départ, en 1995, je suis montée sur les pâturages pour accompagner mon mari. Puis, les personnes de chez Helvetas cherchaient des femmes et lui ont demandé s'il était d'accord que l'on travaille ensemble : lui avec le bétail sur les pâturages, et moi à l'accueil des touristes. Grâce à lui, je suis la seule à avoir pu créer une yourte « magasin de souvenirs » sur le campement... Les touristes viennent plus chez moi depuis. Et puis, on a créé l'entreprise familiale et toute la famille fait du tourisme maintenant (2007 : communications personnelles).

Les propos de cette femme mettent en évidence que le statut de son mari, inspecteur écologique, considéré aux yeux de la communauté comme prestigieux, lui a permis d'intégrer le réseau, mais il lui donne aussi le droit de s'installer là où elle l'entend et de diversifier son activité pastorale. Lui-même a joué en faveur de la création d'une entreprise familiale, qu'il est allé enregistrer à Bichkek (la capitale du pays), et pour laquelle il fait également travailler sa mère (en fabricant des produits artisanaux), ses sœurs et l'un de ses jeunes frères (en tant que guide).

Sa voisine, Nourgoul, a elle aussi beaucoup de respectabilité sociale sur le campement, bien qu'elle soit considérée par de nombreuses femmes comme une *outsider*. Originnaire de Bichkek, Nourgoul se rend chaque été sur le pâturage, seule avec ses deux enfants. Avant l'avènement du tourisme communautaire sur ce campement, il était inconcevable qu'une telle femme s'installe seule sur le pâturage sans bétail personnel. En revanche, son positionnement est unique sur le campement : sa filiation à sa belle-famille lui confère une place de choix. Son beau-père était l'administrateur du dépôt de poissons à l'époque soviétique, un statut prestigieux. Les yourtes de Nourgoul sont installées non loin d'un wagon rouillé datant de l'URSS dans lequel vivaient les pêcheurs soviétiques. Jouxant ses propres yourtes, ce wagon sert encore à Nourgoul. Elle raconte que personne ne peut s'installer à sa place, ce wagon étant réservé à son beau-père. Elle raconte : « Sans mon beau-père, je ne connaîtrais pas les pâturages. Je ne connaissais pas cette vie-là et c'est lui m'a introduite à Shepherd's life et auprès des familles ici. Sans lui, personne n'aurait voulu de moi ici » (2007 : communications personnelles).

Les positions influentes qu'Assel, Nourgoul comme Nazira occupent sur le campement sont liées à la position de leur mari ou beau-père. Alors que ceux-ci ne sont pas officiellement consultés ou mêmes visibles sur le campement, ils occupent une place de choix dans le recrutement et le positionnement de leur femme ou belle-fille au niveau local. Les positions respectives de ces femmes reposent donc sur un capital social, culturel et économique (une fois de plus en lien avec la position de leur mari ou beau-père) leur permettant de répondre, à l'instar des autres bénéficiaires du projet, aux exigences de Helvetas et KCBTA formalisées au sein d'un manuel de bonnes conduites publié en 2006. L'analyse de ce manuel de formation à l'accueil touristique (voir Pabion Mouriès, 2012) se présente ici comme une autre clé de lecture permettant d'affiner les critères du principe de ciblage des bénéficiaires. Constitué de 168 pages, le manuel de Helvetas et KCBTA a été écrit conjointement par des experts internationaux spécialisés en tourisme durable (consultants internationaux en agrotourisme et experts du tourisme de nature), par un responsable d'Helvetas et par la directrice actuelle de KCBTA. Intitulé *Les secrets du succès des guesthouse*, ce manuel constitue un support de formation à l'accueil touristique complétant les séminaires dispensés, depuis le milieu des années 1990, aux membres du pIl convient d'emblée de préciser deux éléments dans l'étude de ce manuel. Le premier concerne son accès, le second, son contenu. En premier lieu, la maîtrise de la langue russe est requise, le manuel étant écrit en cette langue. Pour autant, si le kirghize et le russe sont les deux langues officielles du Kirghizstan, la majorité des personnes vivant dans les zones rurales parlent uniquement le kirghize. En outre, le manuel n'est pas offert aux membres mais délivré contre 400 soms (environ 8 euros). Aussi, le fait de ne pas être gratuit et celui d'être écrit en russe uniquement lui valent de nombreuses critiques. En second lieu, ces dispositions ne sont pas les seules attendues. En s'attachant à l'analyse des annexes du manuel, on peut remarquer que plusieurs exigences sont requises : les critères de sélection requis sont nombreux. Outre le fait d'être propriétaire, il convient

de posséder un lit avec sommier, un aspirateur, un évier avec un accès à l'eau chaude, un réfrigérateur, du savon, du papier hygiénique, une brosse à laver, des poubelles avec couvercle et des sacs en plastique à changer une fois remplis (Helvetas, 2006, annexes). Estimé à environ 230 euros, ce capital de départ est considérable au vu du salaire mensuel moyen. En outre, cet inventaire du matériel se révèle en décalage avec la réalité locale au sens où la majorité des ustensiles demandés ne se trouve pas dans toutes les localités du pays. Certains ustensiles doivent être acquis soit par des intermédiaires col-porteurs, soit en voyageant soi-même, ce qui augmente considérablement les coûts d'acquisition. Cette liste des exigences requises pour l'accueil touristique, en déterminant qui est en mesure de participer ou non aux projets, participe de la création d'une élite féminine susceptible de diffuser les savoirs prodigués par Helvetas.

Ainsi donc, l'analyse des biographies, celle des modes de recrutement ou encore des critères de sélection des femmes du projet porté par Helvetas apportent des éléments de terrain permettant de questionner les fondements de ce projet (la catégorie usuelle et non opérante de « femmes pauvres en milieu rural »), d'en comprendre la mise en pratique et ses détournements. Non seulement ces éléments remettent en question le principe de ciblage de la population cible du projet en montrant comment il a été réapproprié par d'autres acteurs kirghizes, mais ils soulignent, au-delà de ce cas particulier, l'importance de déconstruire les présupposés des développeurs en recourant à une connaissance fine du contexte social dans lequel un projet est introduit.

Conclusion

Loin des analyses macrosociales circulant à l'échelle internationale et des chiffres produits par Helvetas ou ses partenaires présidant à la mise en œuvre de ce programme, cet article explore sa concrétisation sur le terrain et son appropriation par les acteurs locaux. Ainsi, le processus d'*empowerment* mis en lumière dans tous les rapports et les analyses publiés a bien été identifié au niveau local. Pour autant, si l'on assiste à un tel processus, l'analyse ethnographique dévoile qu'il n'est pas le seul fait du programme de Helvetas. À ce titre, l'étude des biographies des femmes bénéficiaires est édifiante : leur position sociale actuelle est le fruit des dynamiques locales établies en partie sous l'union soviétique ou relève de la position de leur époux ou beau-père.

Ainsi, la cible initiale du projet circonscrite aux femmes pauvres en milieu rural est-elle caduque. Loin d'être une catégorie sociale à part entière et entièrement à part, les femmes, considérées pauvres ou non, s'inscrivent dans des rapports sociaux complexes, au carrefour de situations familiales et de velléités émancipatrices singulières. Comme toute organisation sociale, le contexte kirghize ici étudié est traversé de hiérarchies et enjeux de pouvoir qui viennent déconstruire l'homogénéité prévalant dans les représentations que se font les acteurs de l'aide des populations bénéficiaires.

D'une « lutte contre la pauvreté » à une « lutte pour et dans le marché touristique », tel est le glissement opéré par les bénéficiaires. D'une inégalité des chances au départ à une inégalité du résultat, reposant sur des critères sociaux préalablement

figés, la participation au développement de l'activité touristique se pare d'une fracture sociale élargie sur des bases renouvelées. Le tourisme communautaire offre donc ici le pouvoir d'améliorer la situation de ceux qui peuvent s'approprier les projets. Il participe par là même au creusement des inégalités sociales au niveau local.

En définitive, les ressources que le tourisme communautaire introduit constituent de nouveaux enjeux (matériels, économiques, politiques et symboliques) et suscitent des recompositions en fonction du contexte et des stratégies d'acteurs locaux. Les projets sont renégociés par le milieu local et les déterminants entrant en ligne de compte dans le recrutement des bénéficiaires sont alors le fruit de stratégies d'acteurs kirghizes basées sur les dynamiques locales préexistantes au programme. Comme tout projet de développement, ce type de tourisme apparaît ici « comme un enjeu où chacun joue avec des cartes différentes et des règles différentes. On peut dire aussi que c'est un système de ressources et d'opportunités que chacun tente de s'approprier à sa manière » (Olivier de Sardan, 1995 : 173). Dans tout projet où se confrontent des acteurs aux normes et aux logiques hétérogènes, on assiste à des jeux de manipulation de la part des populations consistant à récupérer le projet et à le détourner de ses objectifs initiaux. Pour autant, ce jeu social produit un certain nombre d'effets intentionnels, au travers desquels les projets ont justement un impact positif (Chauveau et Lavigne-Delville, 1998 : 207-208). C'est en partie le cas du programme de Helvetas, qui accompagne le changement social en cours dans la société kirghize contemporaine : le projet fait se rencontrer des acteurs sociaux aux trajectoires hétérogènes qui n'entretenaient autrefois pas ou peu de liens entre eux. Si bergères et fonctionnaires de l'administration soviétique appartenaient à des milieux sociaux autrefois fortement segmentés, elles se retrouvent aujourd'hui au sein d'un espace délimité par des enjeux sociaux, économiques et symboliques communs propres au tourisme communautaire. ■

Remerciements

L'auteure tient à remercier Mélanie Duval pour la réalisation des illustrations. Ce travail a bénéficié en 2012 d'une aide de l'État gérée par l'Agence Nationale de la Recherche au titre du programme « Investissements d'avenir ».

Références

- ASSEL, prénom d'emprunt (2007) Famille d'accueil, campement de yourtes de Bataï Aral, entrevue réalisée à Song Köl en août.
- ATLANI-DUAULT, Laetitia (2007) *Anthropologues et ONG : des liaisons fructueuses?*, numéro thématique de la revue *Humanitaire*, vol. 4, 80 p.
- BAKTYGULOV, Sheradil et Damira RAEVA (2010) *Creating Value for All : Community-Based Tourism*. New York : United Nations Development Programme. 27 p.
- BÉNICOURT, Emmanuelle (2001) « La pauvreté selon le PNUD et la Banque mondiale », *Études rurales*, Exclusions, <<http://etudesrurales.revues.org/document68.html>>, consulté le 13 février 2010.
- BLOOM, Greg; Bradley MAYHEW; Michael KOHN et John NOBLE (2011) *Asie centrale. La route de la Soie*, 3^e édition, Guide touristique Lonely Planet, Paris : Lonely Planet. 556 p.
- CAMP — Central Asian Mountain Partnership (2002) « L'évaluation de l'influence du tourisme sur les aspects écologiques, économiques et sociaux de la population locale », rapport, Bishkek, Kirghyzstan. 42 p.
- CHAUVEAU, Jean-Pierre et Philippe LAVIGNE-DELVILLE (1998) « Communiquer dans l'affrontement : la participation cachée dans les projets participatifs ciblés sur les groupes ruraux défavorisés », DANS DELER, Jean-Paul; Yves-André FAURE; Alain PIVETEAU et Jean-Pierre ROCA (sous la direction de), *ONG et développement : du nord aux suds*, p.193-214. Paris : Karthala.
- CLING, Jean-Pierre; Mireille RAZAFINDRAKOTO et François ROUBAUD (2003) *Les nouvelles stratégies internationales de lutte contre la pauvreté*, Paris : Karthala, IRD. 463 p.
- COUSIN, Saskia (2008) « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel », *Civilisations*, vol. 57, n° 1-2, p. 41-56.
- Destination Marketing Association (2006) *Destination Marketing Organization Report*, Bishkek; Kirghyzstan, 85 p.
- DJILDYZ, prénom d'emprunt (2012) Famille d'accueil, campement de yourtes de Bataï Aral, entrevue réalisée à Song Köl, en septembre.
- FATHI, Habiba (2004) *Femmes d'autorité dans l'Asie centrale contemporaine. Quête des ancêtres et recompositions identitaires dans l'islam postsoviétique*, Paris : Maisonneuve & Larose/IFEAC. 443 p.
- GOETZ, Anne Marie; Hanny CUEVA-BETETA; Joanne SANDLER; Raluxa EDDEN et Moez DORAID (2008) *Qui est responsable envers les femmes? Genre et redevabilité*, Rapport 2008/2009 de l'UNIFEM — Fonds de développement des Nations Unies pour la femme, New York : UNOIFEM. 152 p.
- GUILLERMET, Elise (2010) *Constructions de l'orphelin au Niger. Anthropologie d'une enfance globalisée*, Sarrebruck, Allemagne : Éditions Universitaires Européennes. 299 p.
- HELVETAS (2002) Country Programme Helvetas Kirghyzstan 2002-2006, Bishkek/Zurich : Helvetas, 42 p.
- HELVETAS (2006) Community Based Tourism Support Project Kirghyzstan, Half Yearly Report, Bishkek : Helvetas. 48 p.
- HELVETAS (2007) Community Based Tourism Support Project Kirghyzstan, Half Yearly Report, Bishkek : Helvetas. 49 p.
- HELVETAS (2010) Community Based Tourism Support Project Kirghyzstan, Half Yearly Report, Bishkek : Helvetas. 26 p.
- Helvetas Swiss Intercooperation (n. d.) « Lignes directrices », Helvetas Swiss Intercooperation, <<http://assets.helvetas.ch/downloads/20120531leitbildfr.pdf>>, consulté le 21 août 2012.
- INDEXMUNDI (2011) « Kirghizistan Niveau de pauvreté — nombre d'habitants », Index Mundi, <http://www.indexmundi.com/fr/kirghizistan/niveau_de_pauvrete_nombre_d_habitants.html>, consulté le 20 août 2012.
- KCBTA — Kirgыз Community Based Tourism Association (2005) *KCBTA Annual Report*, Bishkek : KCBTA. 48 p.
- KCBTA — Kirgыз Community Based Tourism Association (2006) *Manuel Sekretı uspekha gostinıts*, Bishkek : KCBTA. 148 p.
- KERROS, Hervé et David GAUZERE (éd.) (2010) *Asie centrale : Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan, Tadjikistan, Turkménistan*, Guide touristique Le Petit Futé, Paris : Nouvelles éditions de l'Université. 229 p.
- LAUTIER, Bruno (2002) « Pourquoi faut-il aider les pauvres? Une étude critique du discours de la Banque mondiale sur la pauvreté », *Revue Tiers Monde*, t. XLIII, n° 169, « Les chemins de l'intégration régionale », Institut d'Étude du Développement Économique et Social, janvier-mars, Paris : PUF.
- LAPEYRE, Renaud; Djohary ANDRIANAMBININA; Denis REQUIER-DESJARDINS et Philippe MERAL (2007) « L'écotourisme est-il un mode

- durable de valorisation des ressources naturelles? Une comparaison Namibie-Madagascar», *Afrique contemporaine* n° 222, p. 83-110.
- LARUELLE, Marlène et Sébastien PEYROUSE (2006) *Asie centrale, la dérive autoritaire*, Paris : Autrement. 135 p.
- MAYHEW, Bradley; Paul CLAMMER; Michael KOHN; Thomas HUHTI (2004) *Asie centrale. La route de la Soie*, Guide touristique, 3^e édition, Paris : Lonely Planet. 588 p.
- MICHAUD, Jean et Michel PICARD (sous la direction de) (2001) « Tourisme et sociétés locales en Asie Orientale », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 25, n° 2, p. 5-13.
- NOURGOUL, prénom d'emprunt (2007) Famille d'accueil, campement de yourtes de Bataï Aral, entrevue réalisé à Song Köl, en août.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre (1990) « Sociétés et développement », DANS FASSIN, Didier et Yannick JAFFRE, *Sociétés, développement et santé*, p. 28-37. Paris : Ellipses.
- OLIVIER DE SARDAN, Jean-Pierre (1995) *Anthropologie et développement. Essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris : Karthala. 224 p.
- PABION MOURIES, Johanne (2012) « L'écotourisme des *jailoo*. La mise en ordre des pâturages kirghizes », *EspacesTemps.net*, Textuel, <<http://espacestemp.net/document9524.html>>, consulté le 8 août 2012.
- PALMER, Nicola (2006) « Economic Transition and the Struggle for Local Control in Ecotourism Development: The case of Kyrgyzstan », *Journal of Ecotourism*, vol. 5 p. 40-61.
- PÉTRIC, Boris (2008) « Le Kirghizstan: soft power et inflation électorale », *Hérodote* n° 129, *Stratégies américaines au marché de la Russie*, La Découverte, p. 145-165.
- PÉTRIC, Boris; Svetlana JACQUESSON; Jean-François GOSSIAUX et André BOURGEOT (2004) « L'émergence de nouveaux pouvoirs locaux sur les cendres d'un kolkhoz kirghiz », *Cahiers d'Asie centrale*, n° 13-14, p. 21-44.
- PICARD, Michel (1992) *Bali. Tourisme culturel et culture touristique*, Paris : L'Harmattan. 217 p.
- RAEVA, Damira (2007) Responsable du programme touristique, Helvetas, entrevue réalisée à Bichkek, en avril.
- RIST, Gilbert (sous la direction de) (2002) *Les mots du pouvoir, sens et non-sens de la rhétorique internationale*, Nouveaux Cahiers de l'IUED n°13, Genève. 208 p.
- RUSLAN, nom d'emprunt (2012) Entrevue réalisée à Bichkek, en septembre.
- SARRASIN, Bruno (2009) « Environnement, développement et lutte contre la pauvreté à Madagascar. La place de l'écotourisme et les limites d'un modèle », DANS LEMASSON, Jean-Pierre et Philippe VIOLLIER (sous la direction de), *Destinations et territoires. Tourisme sans limites*, p. 151-160. Montréal : Éditions Téoros et Presses de l'Université du Québec.
- THOMPSON, Karen et Nicola J. FOSTER (2003) « Ecotourism in Kyrgyzstan — Policy and Practice », DANS FENNELL, David et R. DOWLING (sous la direction de), *Ecotourism Policy*, p. 169-186. Wallingford : CAB International.
- TOMMASOLI, Massimo (2004) *Le développement participatif. Analyse sociale et logiques de planification*, Paris : Karthala. 270 p.
- TOURDOUMAMBETOV, Bakyt (2007) Chercheur à l'Académie des sciences du Kirghizstan, entrevue réalisée à Bichkek, en avril.
- WWSF — Fondation Sommet Mondial des Femmes (2011) « Célébration de 365 femmes leaders », Communiqué de presse, Fondation Sommet Mondial des Femmes, <<http://www.woman.ch/uploads/8march/WWSF.F.8March.2011.Com.presse.pdf>>, consulté le 4 mars 2012.

Appel à textes

En dehors des dossiers thématiques, *Téoros* ouvre ses pages aux propositions spontanées. La rédaction invite les chercheur(e)s qui œuvrent dans le domaine du tourisme ou qui s'intéressent au tourisme sous tous ses aspects à soumettre des articles de nature analytique à la revue. On peut soumettre un article en l'envoyant à :

teoros@uqam.ca

Les textes soumis doivent apporter une contribution scientifique originale, que ce soit par le biais d'information factuelle jusqu'alors inconnue ou par une nouvelle interprétation d'un thème particulier. *Téoros* vise avant tout le transfert de connaissances; son objectif est donc de promouvoir une meilleure compréhension des phénomènes liés au tourisme.

Les auteurs doivent faire parvenir un manuscrit présenté selon les règles de la revue, disponibles au teoros.revues.org. Un article compte environ 7000 mots et n'excède pas 7500 mots, avec trois ou quatre illustrations en 300 ppp. Les articles peuvent être soumis en

anglais ou en français et doivent être accompagnés d'un résumé de 200 mots et de cinq mots-clés.

La publication des articles se fait sous réserve d'une évaluation. Tous les manuscrits seront évalués anonymement par des pairs, qui pourront faire des suggestions ou demander des modifications. La rédaction transmettra l'avis des évaluateurs aux auteurs et s'assurera que les modifications demandées seront apportées.

Au plaisir de vous lire dans nos pages.

TÉOROS

REVUE DE RECHERCHE EN TOURISME