

# Le trekking par les textes, ce qu'exprime le discours promotionnel

Jean Michaud

Volume 13, numéro 3, automne 1994

Le tourisme d'aventure : vers la maturité ?

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1077111ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1077111ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Michaud, J. (1994). Le trekking par les textes, ce qu'exprime le discours promotionnel. *Téoros*, 13(3), 33–37. <https://doi.org/10.7202/1077111ar>

## Le trekking par les textes, ce qu'exprime le discours promotionnel<sup>(1)</sup>

Jean Michaud\*

Le trekking est à la mode. Il ne se vend plus aujourd'hui un seul guide touristique qui, présentant une région du monde considérée exotique pour la clientèle d'ici et dotée d'un écosystème particulier, ne propose d'y effectuer un trekking. Mais qu'est-ce que *trekker* veut dire? Ne s'agit-il que d'une forme de l'activité physique, ou y germe-t-il une variété de discours sur l'Autre, sur la rencontre? Que dit-on et que ne dit-on pas dans le discours promotionnel, et pourquoi? Sous les épithètes accumulés, la promotion active du trekking répond d'abord aux appétits de profitabilité des agences de voyages locales et transnationales, mais aussi aux besoins de particularisation des voyageurs et à leur désir profond de mériter les émotions vécues.

Que veut dire le verbe *trekker*? Pourquoi l'industrie de l'*aventure* en a-t-elle fait une activité privilégiée; comment en fait-elle la promotion? Et comment se fait-il qu'un concept aux frontières si floues, comme on le verra, puisse engendrer un intérêt si grand dans l'industrie touristique qu'il suffise à lui seul à déplacer en bloc *yuppies*, *trippeux* et secrétaires médicales jusqu'aux antipodes - de préférence jusqu'aux antipodes - dans le but avoué de s'y livrer, ne serait-ce qu'une fois dans leur vie, à un exercice physiquement pénible, moralement éprouvant, et souvent ruineux. Un geste que toute l'organisation d'une vie par ailleurs confortable, fondée sur le travail, l'économie et la stabilité, semble contredire.

Au Québec, comme ailleurs dans le monde industrialisé, la promotion faite par les agences de voyages dites d'*aventure* ajoutée aux conseils d'amis voyageurs, aux articles de revues spécialisées comme *Géo* ou *Grands reportages*, aux excitantes soirées *Grands explorateurs*, et à un bon nombre de guides touristiques spécialisés, ont tous pour but, avéré ou secret, d'éveiller l'aventurier qui sommeille en nous. Supposant



que cet éveil se produise, l'intrépide, s'il est conséquent, doit passer à la recherche active d'un moyen de donner une forme à cette aventure. Ces mêmes sources d'information, jugées par un grand nombre comme hautement crédibles, ont encore une fois la réponse recherchée. Entre toutes, la méthode privilégiée pour vaincre le Sauvage, aussi bien que pour devenir son ami, se nomme le trekking. Aucune étude à ma connaissance n'a encore été consacrée à ce sujet, et il est intéressant de tenter de cerner le concept et de vérifier les assises de sa pratique.

### Tenter de définir le trekking, une aventure en soi

Pour définir le trekking, un renvoi aux dictionnaires est une première étape utile. À la rubrique *trek*, le *Collins* indique: «1. A long and often difficult journey. 2. South African. A journey or stage of a journey, especially a migration by ox wagon». Plus défini, mais moins savant, le *Petit Robert* propose à *trekking*: «(1975, anglais): Randonnée touristique dans des régions difficilement accessibles». Il va sans dire que si l'origine du terme semble effectivement liée aux migrations internes des colons

afrikaners au XIX<sup>e</sup> siècle au moment d'établir des fronts pionniers dans l'intérieur sud-africain, des acceptions modernes font du trekking une activité davantage ancrée dans la réalité du jour. Si les concepteurs du célèbre *Star Trek*, transposition surréaliste du *go West* américain, ont bien gardé le sens de migration colonisatrice, il reste effectivement peu de gens pour unir le terme au déplacement des populations et au char à bœufs. Ce pourrait être l'industrie touristique qui aurait ravivé le mot dans les années 1970, lorsque sont devenus de plus en plus populaires les voyages d'agrément promouvant de se déplacer à pied pour visiter un lieu ou une population. Pour des raisons obscures qui tiennent probablement au phénomène des modes et procèdent sans doute de la tactique de marketing prônant qu'il vaut mieux nommer les nouvelles activités avec des termes nouveaux, cette mise au goût du jour commerciale est sans doute responsable de la connotation touristique que porte maintenant le mot dans le *Petit Robert*, et dans presque toutes les langues où on lui trouve un usage.

Dans l'édition touristique, loin des références étymologiques, une certaine préhension de la valeur concrète du con-

\* Monsieur Jean Michaud est anthropologue chercheur pour le Groupe d'études et de recherches sur l'Asie contemporaine (GERAC), à la Faculté des sciences sociales de l'Université Laval.



cept est possible, mais a contrario. Précisons d'emblée que sur la quarantaine de guides touristiques faisant mention du trekking consultés ces dernières années, aucun ne propose de définir ce qu'est cette activité. À une exception près. La maison australienne *Lonely Planet*, la référence touristique la plus universellement parcourue parmi les guides écrits touchant au trekking, a mis sur le marché en 1979 et réédité tous les deux ans depuis, un ouvrage intitulé *Trekking in the Himalayas* (Armington, 1982). Peut-être à cause de la nouveauté relative du terme dans le discours touristique de la fin des années 1970, l'auteur a jugé bon de donner quelques précisions sur ce qu'est le trekking. Une trentaine de pages, citées ici à partir de l'édition 1982, abordent le sujet et sa pratique sous des rubriques variées. Bien que ces pages aient été spécifiquement écrites en pensant aux zones montagneuses du Népal, leur propos déborde largement ce cadre géographique et il permet de jeter une lumière utile sur le sens que peut revêtir le concept. Lorsque l'auteur commente la question : Pourquoi faire un trekking au Népal ?, il fournit en bloc une somme appréciable d'informations :

*[...] the Kingdom [of Nepal] must be visited in the slowest and most intimate manner - by walking. [...] Each step provides new and intriguing viewpoints [...]. For the romanticist, Each step is a step in the footsteps of Hillary, Tenzing and other Himalayan explorers. [...] You will encounter people in remote mountain villages whose life-style has not changed in generations. [...] A trek also provides a glimpse into the ancient culture of Tibet [which] is now rapidly being altered in Nepal by the influence of tourism and foreign-aid programmes. [...] Your preconceptions of the Himalaya alter as you turn from peaks famed only for their height to gaze at far more picturesque summits you have never before heard of. (Armington, 1982: 9-10, emphase ajoutée)*

Symptôme peut-être d'une difficulté à penser le trekking, il a semblé judicieux à l'auteur de le définir en s'attardant précisément à tout ce qu'il n'est pas. Par exemple, des rubriques annoncent «A trek is not a wilderness experience», ou «A trek is not a climbing trip». On semble chercher d'emblée à corriger une compréhension qu'on considère possiblement erronée, suggérant l'hypothèse d'une opinion déjà faite



Thaïlande, Club Aventure.

chez le lecteur, d'une prescience d'un ou plusieurs concepts apparentés, et qu'il faudrait rectifier. Le trekking pourrait être proche cousin de quelque chose d'autre avec lequel il serait aisément - et inopportunément - confondu. S'il ne faut pas s'attendre à pénétrer un écosystème à l'état sauvage, c'est que «it is impossible to get completely away from people [...] though isolation is traditionally a crucial element of any wilderness experience» (p. 10). Si le trekking n'est pas de l'alpinisme, c'est qu'au Népal, «the trek is always on well-developed trails through villages and across mountain passes» (p. 11). Suivant une logique révélatrice, c'est également sous la rubrique «[...] not a climbing experience» qu'on déclare que l'essentiel de la beauté de l'Himalaya népal, c'est l'environnement, le cadre (*surroundings*), incluant: «friendly people, picturesque villages and a great variety of cultures and traditions that seem to exemplify many of the attributes we have lost in our headlong rush for development and progress in the West» (p. 12, emphase ajoutée).

À la rubrique: «Qui devrait faire un trekking?» (p. 12), il y a d'abord deux conditions préalables marquant clairement les deux faces du trekking touristique: *aimer le grand air* (dimension physique liée à la topographie), et *pouvoir se sentir confortable parmi des sociétés différentes* (dimension humaine liée à la rencontre). On précise :

*Anyone who has walked extensively in the mountains has all the skills necessary for an extended trek in*

*Nepal. [...] If you insist on dragging your world around in your suitcase you will be miserable. [...] Trek with these thoughts in mind and you will enjoy the most rewarding experience of your life and develop new understanding of yourself and your world. (Armington 1982: 11, 13, 14, emphase ajoutée).*

En somme, en faisant un trekking, l'on peut comprendre que *Lonely Planet* propose de briser la solitude de l'existence moderne, fruit amer de l'oubli des vérités d'antan, et ce au moyen de la rencontre intime du voyageur dépouillé avec un Autre qui, lui, est demeuré intact. Il s'agit ainsi de provoquer un tourbillon d'émotions porteur d'*insights* - pour employer un langage analytique qui n'est pas hors de propos ici - sur ce que nous sommes et ce qu'est le monde, une expérience singulière gage d'entendement de l'état d'altérité. Rien de moins. Cette vision percutante est jugée suffisamment adéquate pour qu'on la réimprime depuis 14 ans, et elle n'a pas trouvé de contradicteurs. Elle marque le monde du tourisme d'aventure, et on la retrouve jusque dans le discours promotionnel du trekking touristique tel qu'on le fabrique au Québec.

### Le trekking tel que promu au Québec

Un poids lourd dans le petit marché québécois, le Club Aventure est chez-nous





Thaïlande, Club Aventure.

l'agence numéro 1 de... l'aventure - *bors des sentiers battus*, précise-t-on. Si l'on en juge par le contenu de ses brochures promotionnelles, le Club Aventure, consciemment ou non, souscrit à l'ambiance décrite ci-haut tout en proposant une systématisation personnalisée du concept. Dans un imposant catalogue couleur de 1987 comptant 135 pages, un symbole pictural accompagné d'un chiffre est associé aux itinéraires comportant une activité physique notable. On le définit comme suit: «Marche en montagne prévue. Randonnée de longue durée exigeant une certaine forme physique» (Club Aventure, 1987: 7). Gradués les propositions d'itinéraires en 4 niveaux de difficulté physique, le mot *trekking* n'apparaît que pour les deux niveaux les plus élevés. Il s'accom-

pagne de termes comme: expédition, bivouac, difficulté, haute altitude, parfaite condition physique. Dans cette brochure de 1987, 8 destinations sur un total de 31 présentent le symbole de l'effort physique, dont 6 sont aux niveaux de difficulté supérieurs. Quatre ans plus tard, en 1991, dans une brochure de format plus modeste (Club Aventure, 1991), les concepteurs abandonnent niveaux de difficulté et symboles, et ne gardent que 4 destinations où apparaît le mot *trekking* dans le texte d'accompagnement (ce sont le Sikkim, le Népal, les Philippines et la Thaïlande). Les anciens récipiendaires du symbole offrent maintenant ce qu'il est convenu d'appeler la *randonnée pedestre*. Celle-ci s'agrément souvent d'une nouveauté, la *découverte ethnologique* dans un contexte de *respect de*

*l'environnement et d'amitié entre les peuples* (Club Aventure, 1991: 4). Dans ce discours nouvelle vague, un bémol appréciable est désormais accolé à la dimension physique du *trekking* au profit d'une emphase appuyant résolument la dimension humaine de l'expérience. En passant, on précise: «Nos guides peuvent conduire [...] des plongeurs vers la grande barrière de corail en Australie, des chasseurs de papillons dans la jungle du Brésil [...] et] des ethnologues chez les tribus Bochimans du Botswana» (Club Aventure, 1987: fiche signalétique, p. 3).

Une nuance dans le discours promotionnel au Québec mérite d'être relevée. À la façon du Club Aventure cuvée 1987, l'agence Expéditions Monde (Expéditions Monde, 1992), considérablement plus petite mais en activité depuis plus de 10 ans, utilise également des pictogrammes dans sa brochure 1992-1993 pour marquer les principales attractions des itinéraires offerts. Un seul mot est ici associé à chaque image, et on a choisi de distinguer les concepts de *trek* et de *tribu* au moyen d'images différentes. Cependant, dans la plupart des itinéraires hors des pays fortement industrialisés où l'un ou l'autre symbole apparaît, on les retrouve côte à côte, atténuant par le fait même la portée explicative de la distinction initiale. Ainsi au Québec, si l'on se fie au discours promotionnel dans le monde de l'aventure et de l'expédition, une certaine distinction entre faire un *trekking* et visiter des sociétés exotiques peut se penser, mais la tendance essentielle est de fondre en une seule activité les deux dimensions de l'effort physique et de l'expérience humaine. À la manière *Lonely Planet*.

#### Un discours exemplaire : *trekker* en Thaïlande

Un cas particulier où s'effectue le *trekking* touristique, peut être pris afin d'y voir ce qu'en fait le discours de la promotion et des guides. Peu de sources seront citées puisque le discours dominant est aisément cernable et que la répétition est importante d'un auteur à l'autre. Baffie (1989) a d'ailleurs judicieusement remarqué que les auteurs de guides touristiques semblent ne lire essentiellement que d'autres guides touristiques pour donner forme à leur propos.

La Thaïlande est certainement un haut-lieu du *trekking* si l'on en juge par le nombre impressionnant d'agences de voyages proposant de *trekker* dans tel village primitif, isolé et intouché, ou si l'on



fait la somme des volumes que lui consacre l'édition touristique internationale. Un ou deux auteurs en sciences sociales déclarent également étudier le phénomène du trekking dans les tribus montagnardes au nord du pays, dont le prolifique Erik Cohen (1989 par exemple). Mais aucun n'a jugé bon de définir le concept étudié.

On relève plus d'une soixantaine de parutions touristiques notables sur la Thaïlande, et presque toutes comprennent une section sur le trekking dans le nord du pays. Je propose de voir quelques exemples parmi les plus utiles pour saisir l'étendue de l'éventail des propositions. Le *trekker's Guide to the Hill Tribes of Northern Thailand* (Davies & Wu, 1990), publié en Thaïlande même, propose une synthèse de l'activité :

*[Trekking tours] generally take from four to six days. They may visit quite remote areas, so you may see villages that have not been exposed to westerners for very long. these trips can be much the most authentic way of experiencing the life of the hill tribes. But be prepared for some discomfort and effort (pp. 1-2, emphase ajoutée).*

En plus de bien annoncer dès le titre qu'il s'agira de *trekker* non seulement dans les montagnes, mais également chez les tribus montagnardes - le terme *hilltribe* associe deux idées se complétant utilement - ce guide en vogue sur les lieux mêmes annonce clairement l'authentique<sup>(2)</sup> et le difficile, le but et la nécessaire façon de l'atteindre. J'ai retenu cette citation entre autre parce qu'elle s'emboîte bien dans la typologie des motivations touristiques de Valene Smith (1989). Smith propose entre autres deux catégories de touristes qui, mises ensemble, décrivent adéquatement le *trekkeur* en Thaïlande. Il s'agit du *touriste ethnique* (*ethnic tourism*) et du *touriste environnemental* (*environmental tourism*). On le dit ethnique parce que l'adepte recherche chez les visités des particularités sociologiques et culturelles exotiques qui les distinguent et leur confèrent un caractère *unique* et environnemental parce que l'écosystème visité ressort franchement du commun et, en plus d'être une attraction en soi, permet des activités physiques exigeantes auxquelles tous ne peuvent prétendre. J'ajouterais de ma propre observation que le *touriste ethnique* et *environnemental* est généralement jeune et énergique, relativement sérieux, et mieux informé sur le pays visité que le *touriste* d'un genre plus

récréatif. Il fuit les autres touristes, qu'il juge généralement avec sévérité, il réproouve la facilité, et il est conséquemment désireux de se mériter par un certain effort ce qu'il rapportera de souvenirs et d'émotions.

Revenons aux guides. Pour le monde francophone, *Le guide du routard* est publié chez Hachette comme un penchant *branché* de la prestigieuse collection *Guides bleus*. Immensément populaire auprès de la clientèle française et francophile de tous âges - on parle d'un tirage de plus de 40 000 exemplaires pour le seul numéro sur la Thaïlande -, il sied particulièrement à ceux qui sont désireux de voyager à très peu de frais, une vertu selon les auteurs. Ici, le trekking en Thaïlande se centre carrément sur la visite *tribale*, passant presque sous silence l'aspect physique de l'excursion. Sous la rubrique *Treks dans les tribus montagnardes*, didactisme oblige, on prend d'abord soin d'informer le lecteur sur les *tribaux* en question. Au sujet des Akha, par exemple, on prévient que :

*[... les Akha] se lavent très rarement (ils se méfient de l'eau). [...] De tradition patriarcale et monogame, rien ne leur interdit véritablement d'avoir plusieurs femmes et ils ne se gênent pas. Ça fait plus de main-d'oeuvre dans les champs et plus de temps libres pour l'homme. Aucune femme n'a encore eu l'idée de se révolter. [...] (Le guide du routard, 1992: 119).*

Du même souffle, on ajoute: «La femme porte la minijupe ainsi que des jambières décorées qui leur [sic] donne une allure très sexy» (1992, 119). Les Yao, quant à eux, étonnent :

*Le mariage procède d'un curieux rituel: le jeune homme doit choisir sa femme à l'extérieur de son clan. Le père de sa future femme lui demandera une somme astronomique, le tout avec le sourire. Ensuite il emmènera sa promise vivre chez ses parents [...] avec la belle-mère sur le dos toute la journée! (Le guide du routard, 1992: 119).*

Les auteurs donnent à la rubrique *Savoir-vivre dans les tribus* leurs conseils cardinaux pour éviter les malentendus durant le trekking, conseils qui sont au nombre de trois: «Ne restez jamais assis devant une porte d'entrée [...] ne donnez pas de bonbons, cigaretttes et gadgets [...] ne donnez jamais d'argent pour prendre une photo» (p. 120). *Le guide du routard* est certai-

nement l'un des cas les plus extrêmes de simplification outrancière, et le propos sur le trekking y est réduit à sa plus simple expression: un discours sur le Primitif comme spectacle, un Autre inassimilable à Soi, objet de curiosité et de dérision.

Plus romantique, le Club Aventure décrivait comme suit son itinéraire de 1987 dans le nord du pays:

*Entreprendre 9 jours de trekking à la rencontre des Karens et des Méos. Vivre la sensation grisante de l'effort physique, contempler des paysages splendides, s'imprégner de paix, se fondre dans l'immensité. Rencontrer le chef d'un de ces villages construits sur pilotis. Chanter, discuter toute la nuit. (1987: 41)*

En donnant la priorité à la rencontre humaine, on retrouve très forte ici l'idée de l'expérience émotionnelle, humaniste, l'idée du retour sur sa propre intériorité concurrentement à la fusion symbiotique avec l'*immensité*, avec l'Autre. Détail intéressant: «chanter, discuter toute la nuit» laisse à entendre que la communication est possible et que le temps compte pour peu, alors que les montagnards ne parlent ni ne comprennent d'autres langues que leurs langues vernaculaires ou le thaï, et qu'ils doivent être levés avant l'aube pour être prêts à partir aux champs au lever du jour. La communication dont il est réellement question ici, c'est d'abord celle qui se fait avec les guides - le plus souvent des non-montagnards - ou entre *clubistes*, ce qui n'est que concordant avec la formule de l'itinérance grégaire du Club Aventure.

*Le Thailand. A Travel Survival Kit* (Cummings, 1990), publié chez l'incontournable *Loneley Planet*, offre dans l'ensemble une vision plutôt pondérée du pays. Fait unique dans l'édition touristique, la section sur le trekking se distingue par une vision critique remarquablement réfléchie qui se clôt par un conseil qu'aucun autre éditeur touristique n'a jamais osé imprimer:

*[...] many people feel awkward walking through hill-tribe villages and playing the role of voyeur. [...] trekkers introduce many cultural items and ideas from the outside world that may erode tribal customs to varying degrees. If you have any qualms about interrupting the traditional patterns of life in hill-tribe areas, you probably should not*



go trekking. (Cummings, 1990: 205)

En comparaison des ouvrages déjà cités, le visiteur bascule brutalement ici de l'état de spectateur bien intentionné, d'invité presque, à celui beaucoup moins confortant de facteur de dégradation culturelle. La frontière est ainsi redessinée entre Soi et l'Autre, soudain quasi-hermétique, interdisant désormais la poursuite tranquille du rêve jovialiste, et amputant le trekking d'une de ses deux dimensions essentielles. Voix discordante dans le concert harmonieux des vendeurs de tribus, *Lonely Planet* tient lieu d'exception qui, probablement, confirme la règle. Il semble raisonnable de penser que ses éditeurs n'ont pas d'intérêts financiers dans l'industrie du trekking en Thaïlande.

### De certaines récurrences

Il paraît donc n'y avoir, tant dans la littérature touristique que dans la production scientifique en sciences sociales, qu'un nombre très réduit de tentatives sérieuses de définir le terme trekking et, généralement, le sens du mot est considéré comme allant de soi par les auteurs. Dans les grandes lignes, si l'on tente un bilan, deux applications ressortent comme étant indissociablement liées au trekking. La dimension topographique d'abord. Si l'on marche dans les vallées himalayennes, si l'on aborde la jungle de Kalimantan, ou si l'on bivouaque dans quelque oasis du désert yéménite, on fait un trekking. Mais on fait une *randonnée pédestre* au Québec, à la rigueur on *explore* la toundra canadienne, ou on *escalade* un col des Rocheuses. Le terme trekking ne semble jamais s'appliquer aux systèmes urbains, ni même aux régions non-urbanisées de pays industrialisés, fussent-elles pourvues des plus hautes montagnes ou recouvertes de la forêt la plus dense. Et il y a ensuite la dimension humaine, initiatique presque, porteuse de promesses de rencontre avec l'Autre et, à travers lui, avec le Soi individuel et le Nous universel. Il existe des sociétés primitives, intactes, vraies, preuves vivantes de la pureté révolue de notre propre existence. C'est un discours essentiellement rousseauiste prêchant la fuite - temporaire - de notre monde construit et cultivé, par l'immersion dans un bain de Nature non-souillée. Le jeu manichéen sur la dichotomie Nature-Culture paraît être un ressort essentiel de la notion de trekking telle qu'elle est publicisée.

On pourrait difficilement vendre sous le nom de trekking une excursion qui n'inclurait pas explicitement la rencontre humaine; ce serait alors une expédition, un rallye, etc., mais pas un trekking. Alors qu'il m'apparaît plausible que la partie physique du trekking, loin d'être nécessairement la poursuite de l'exploit, ne soit en fin de compte que la matérialisation nécessaire du passage entre l'état de Culture et l'état de Nature. Il est possible qu'une hiérarchie non-dite existe entre les deux dimensions essentielles de l'activité.

En observant surtout les sociétés occidentales, l'anthropologie a remarqué depuis un bon moment l'importance de l'alternance entre temps sacré et temps profane (Leach, 1961 par exemple). Boorstin (1962) et Turner & Turner (1978) ont identifié en leur temps les ressorts de la motivation à la fuite ritualisée et à la quête. Nelson Graburn (1977) a habilement appliqué ce constat au rôle similaire que joue le tourisme dans nos sociétés industrialisées. L'imagerie associée à l'inconnu, au départ, à la découverte, et bien sûr au retour, puisque tourisme n'est pas migration, révèle un cycle de quête de soi où le temps sacralisé - le voyage régénérateur - alterne immuablement avec le temps vulgaire - le quotidien - l'un fécondant l'autre et lui donnant un sens. Pèlerinage sans Dieu, retour aux sources, éternelle recherche de l'authenticité perdue, le trekking comme forme particulière de cette quête correspond bien à ce découpage de notre vie sociale. Mais le trekking est en même temps *plus* que le voyage, puisqu'il se place le plus souvent comme une parenthèse à l'intérieur même du voyage, entre les hôtels et les luxes des capitales à l'arrivée, et les plages ensoleillées en guise de récompense avant le retour. Dans les brochures publicitaires, un trekking faisant partie des multiples activités d'un itinéraire organisé n'est jamais présenté comme une activité parmi d'autres: c'est le coeur palpitant du voyage, le moment fort, la référence dans le temps marquant l'avant et l'après. Durant un carnaval, ce serait la transe.

Le fait est qu'il doit demeurer ainsi pour que le plus grand nombre puisse y projeter ses espoirs et ses fantasmes, et faire tourner la machine; c'est une simple question de mise en marché. L'important, au fond, c'est que le concept soit suffisamment opérationnel pour que l'industrie de l'aventure parvienne à l'utiliser sans mesure, à lui faire dire à peu près n'importe quoi, à en faire une expérience de polysémie appliquée dont la popularité sans démenti est sans doute la meilleure preuve de

l'adéquation à la réalité. À une certaine réalité, à tout le moins. †

### NOTES ET RÉFÉRENCES

- (1) La réflexion sur laquelle se fonde ce texte se nourrit tant à l'écriture récente d'une thèse de doctorat sur le thème du changement social et du tourisme dans un village d'ethnie Hmong du Nord thaïlandais, qu'à une expérience passée comme guide de trekking en Himalaya et au Mexique. Les textes scientifiques traitant spécifiquement du trekking étant à toutes fins pratiques inexistant, ce sera surtout ma connaissance directe du phénomène tant par la pratique qu'au moyen de l'examen scientifique, qui m'autorisera, j'aime à le croire, à établir quelques observations.
  - (2) Le concept d'authenticité - en particulier la notion de *staged authenticity* - a fait couler beaucoup d'encre depuis vingt ans dans la recherche sociale sur le tourisme, en particulier depuis les ouvrages marquants de MacCannell (1976) et de Turner & Turner (1978).
- ARMINGTON, S., *Trekking in the Himalayas*, Hawthorn (Australie), Lonely Planet Publications, 1982.
- BAFFIE, J., *Voyage à travers les guides: les guides de voyages de langue française sur la Thaïlande, l'Inde, le Japon*, vol. 1, no 1, 1989, pp. 103-165.
- BOORSTIN, J., *The Image, Or What Happened to the American Dream*, New York, Atheneum, 1962.
- CLUB AVENTURE, *Répertoire 1991-1992*, Montréal, Club de voyages Aventure Inc., 1991, 51 p.
- CLUB AVENTURE, *Partons ensemble au coeur du monde*, Montréal, Club Aventure Voyages, 1987, 136 p.
- COHEN, E., *Primitive and remote: Hill Tribe Trekking in Thailand*, *Annals of Tourism Research*, vol. 16, no 1, 1989, pp. 30-61.
- CUMMINGS, J., *Thaïlande. A Travel Survival Kit*, Hawthorn (Australie), Lonely Planet Publications, 1990.
- DAVIES, J.R. and T. Wu, *A trekker's Guide to: the Hill Tribes of Northern Thailand*, Salisbury (England), Footloose Books, 1990, 147 p.
- EXPÉDITIONS MONDE, *Expéditions Monde 1992-1993*, Montréal, 1992, 23 p.
- GRABURN, N.H., *Tourism: the Sacred Journey*, in V.H. Smith (dir.), *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, Oxford, Blackwell, 1977, pp. 17-31.
- LE GUIDE DU ROUTARD, *Le guide du routard 1992-1993. Thaïlande, Birmanie, Hong Kong, Macao*, Paris, Hachette, 1992.
- LEACH, E., *Rethinking Anthropology*, Londres, Athlone Press, University of London, 1961.
- MACCANNELL, D., *The Tourist: A New Theory of Leisure Class*, New York.
- SMITH, V., *Introduction*, in V.H. Smith (dir.), *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1977, pp. 1-17.
- TURNER, V. and E. TURNER, *Image and Pilgrimage in Christian Culture. Anthropological Perspectives*, Oxford, Blackwell, 1978.