Document généré le 2 juil. 2025 03:22

Anthropologie et Sociétés

Mais entrez donc ! Les entrepreneurs touristiques et le pouvoir au Ladakh (Inde) (Note de recherche)

Jean Michaud

Volume 14, numéro 3, 1990

Le Japon : Culture de l'économie, économie de la culture

URI : https://id.erudit.org/iderudit/015147ar
DOI : https://doi.org/10.7202/015147ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Département d'anthropologie de l'Université Laval

ISSN

0702-8997 (imprimé)
1703-7921 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Michaud, J. (1990). Mais entrez donc ! Les entrepreneurs touristiques et le pouvoir au Ladakh (Inde) (Note de recherche). *Anthropologie et Sociétés*, *14*(3), 127–139. https://doi.org/10.7202/015147ar

Tous droits réservés © Anthropologie et Sociétés, Université Laval, 1990

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

MAIS ENTREZ DONC !
Les entrepreneurs touristiques et le pouvoir au Ladakh (Inde)

(Note de recherche)

Jean Michaud

La quantité de publications générées par l'étude du tourisme depuis trente ans, et concernant plus particulièrement le tiers monde, est énorme, de l'ordre de plusieurs milliers de titres (Jafari 1979; Baretje 1980; Mann 1985a, 1985b). De ce nombre, c'est manifestement un certain regard sur la question, celui de la rentabilité économique dans l'optique du capitalisme, qui a pris la part du lion. En effet, la majorité des auteurs publiés se situent résolument à l'intérieur d'une approche qui promeut l'expansion de l'industrie du tourisme. Lorsque ce discours s'adresse à un large public, comme dans les publications onusiennes, il adopte le langage du progrès : exportation de devises fortes vers le tiers monde, rééquilibrage de la dette extérieure, développement d'infrastructures, modernisation des mentalités. Si la publication est plus spécialisée et vise un public restreint, souvent des investisseurs, on évoque alors la rentabilité économique imposante, le peu de capital initial nécessaire, les bas salaires et les conditions favorables fournies par les dirigeants des pays d'accueil. En marge de cette promotion à peine déguisée, cependant, la recherche sociale s'est intéressée au phénomène touristique en tant qu'objet de recherche, et un nombre croissant d'études présentent des analyses plus critiques des impacts socio-économiques de cette activité (Britton 1982; Høivik et Heidberg 1980; Lanfant 1980).

La manifestation la plus visible du développement touristique au niveau local est sa cristallisation en entreprises d'accueil, de services et de vente. Pour décrire globalement ce niveau dans la mouvance du courant d'analyse critique que nous venons d'évoquer, des chercheurs s'affairèrent à développer, dans le champ de la micro-économique, un modèle théorique qui prendrait en compte à la fois le modèle économique admis et le contexte spécifique de son implantation. Un large consensus s'est ainsi créé autour d'une conception dualiste de l'économie élaborée et largement diffusée par le Bureau international du travail depuis 1972 (B.I.T. 1972; Hart 1973).

Cette conception divise la sphère économique dans un lieu donné en deux secteurs qualifiés de formel et d'informel (M.E. Smith 1989). Brièvement, le premier secteur regroupe les entreprises officiellement répertoriées : elles ont une licence et sont enregistrées aux fins de la taxation et elles sont admissibles aux subventions gouvernementales. À l'opposé, les entreprises du secteur informel

opèrent généralement sans reconnaissance légale et sans protection. Elles ne sont ni répertoriées ni officiellement imposées et, comme elles fonctionnent hors du système de subsides et de perceptions étatiques, elles sont sujettes à l'extorsion, au harcèlement et à la suppression. Leurs revenus sont généralement faibles et irréguliers et elles ne disposent que de peu de moyens pour influencer les décisions politiques. Selon la conception du B.I.T., les deux secteurs entretiendraient des relations équilibrées, d'où découlerait une justice sociale garantie par la libre circulation du marché, à tel point qu'un environnement économique libéral devrait suffire à leur développement harmonisé.

Toute naïve que puisse sembler aujourd'hui cette surprenante confiance dans les lois du marché libre, encore fallait-il faire la preuve de sa vacuité. Au fil des ans et de l'expérimentation, Maurer (1979) en Indonésie, Boissevain et Inglott (1979) à Malte, Reynoso y Valle et DeRegt (1979) au Mexique, Britton (1982) concernant le tiers monde en général, Din (1982 et 1988) en Malaisie, ainsi que Wahnshafft (1982) en Thaïlande et Jommo (1987) au Kenya ont tour à tour jeté un pavé dans la mare en démontrant qu'en réalité, les entreprises touristiques informelles sont le plus souvent sujettes à des régulations visant à répondre aux besoins du secteur formel. En laissant le jeu de la compétition s'exercer sans intervenir, l'État favorise, selon ces auteurs, la perpétuation des disparités socio-économiques antérieures au développement capitaliste, et donc la reproduction des inégalités. À la lumière de ces analyses critiques, l'interrogation de recherche devient alors : ces conclusions sont-elles fondées et apportent-elles quelque chose à notre compréhension du développement touristique au niveau local ?

Mais dès le départ, on peut s'interroger sur la pertinence de fonder l'analyse qui suit sur cette proposition théorique des secteurs économiques, née de la pratique plus que de la réflexion et que plusieurs considéreront dépassée (Portes *et al.* 1989). Car depuis son élaboration, bien des développements ont été effectués sur des trajectoires connexes qui ont mené à des raffinements que ne laissait pas deviner la frugalité de cette proposition binaire. On songe entre autres aux propositions de Latouche (1989) sur la nécessité de l'économie informelle en tant que facteur de développement adapté, ou aux questions de colonisation intérieure et de division culturelle du travail (surtout chez Hechter 1975) et à la théorie du marché du travail segmenté (surtout Bonacich 1979), qui chacune incluent davantage de facteurs sociaux et culturels pour expliquer les développements économiques qu'elles considèrent. Mais dans les faits, une certaine pratique du développement au tiers monde s'est attachée à la proposition sectorielle, et plusieurs instances en utilisent toujours les concepts et préceptes, notamment le Bureau international du travail dans des projets africains.

À l'aube de cette recherche et dans la tradition des analyses des dernières années, une hypothèse semblait s'imposer, celle que le classement des différentes entreprises touristiques d'une communauté selon leur appartenance sectorielle, les hôtels dans le secteur formel et les petits artisans dans le secteur informel par exemple, révélerait une situation inégale et simple où les gros écraseraient les petits. Cependant, on s'en doute, la réalité réservait quelques embûches à une telle démarche hypothético-déductive. C'est ce qui sera montré dans cette note de recherche, où il ressort que la division sectorielle s'assoit sur une autre plus

complexe qui témoigne avec davantage de fidélité de la pluralité des intérêts en cause, et qui renvoie à des oppositions identitaires elles-mêmes traversées par des clivages culturels, religieux et de classe.

Cette recherche, réalisée en 1988-1989, s'appuie sur le dépouillement de la littérature disponible et un séjour de trois mois tant au Ladakh qu'au Kashmir et à Delhi. Toute la documentation gouvernementale et privée disponible a été dépouillée et une série d'entrevues ouvertes furent effectuées. Nous tenons à signaler qu'au cours des huit dernières années, nous avons séjourné au Ladakh en trois occasions avant la visite de l'été 1988, ce qui permet de mieux asseoir certaines considérations d'ordre diachronique et compense ainsi la brièveté du dernier terrain.

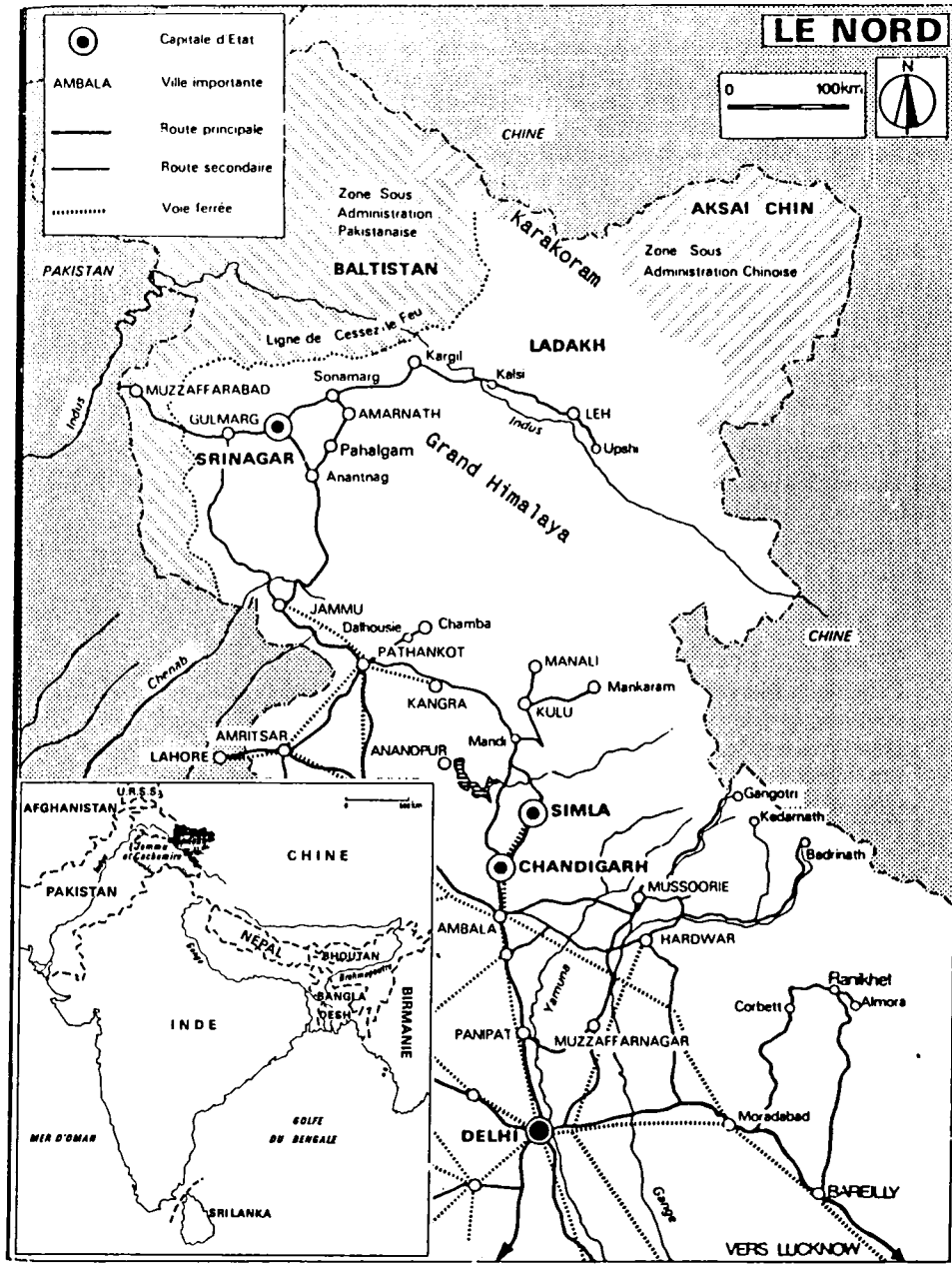
Une enclave tibétaine en Inde

Le Ladakh est une haute vallée désertique du complexe himalayen, ouverte entre les chaînes du Grand Himalaya au sud-ouest et du Karakoram au nord-est, et traversée en son centre par le cours du haut Indus. Ce district administratif, le moins densément peuplé de toute l'Inde, compose la partie nord-est de l'état de Jammu et Kashmir, à majorité musulmane, en bordure occidentale du plateau tibétain dont une petite partie appartient à l'Inde. C'est en étroite association avec la géographie, l'écologie et l'histoire culturelle, politique et religieuse de l'empire tibétain que doit être compris le Ladakh.

En 1947, le Ladakh passe sous contrôle indien. L'État — Delhi et Srinagar — intervient dès lors dans toutes les sphères de la vie socio-économique, neutralisant en partie les perturbations découlant de l'abandon du commerce caravanier après la fermeture des frontières avec la Chine et le Pakistan en 1948-1949. L'État construit des écoles, des dispensaires, des branches locales d'offices gouvernementaux et exécute d'importants travaux. Dans les villages, l'éducation publique remplace l'enseignement religieux dispensé dans les monastères. De plus, l'Inde considère que, pour assurer sa sécurité territoriale, il est nécessaire d'implanter fermement une infrastructure militaire dans ces régions limitrophes sujettes à la convoitise : en 1962, l'armée indienne s'installera définitivement au Ladakh en réponse à l'occupation chinoise de la partie nord-est de la région, peu habitée. Dans la tourmente du conflit armé qui suivit ce coup de force, la piste caravanière reliant Srinagar à Leh, en traversant les cols du Grand Himalaya, fut aménagée pour le passage des véhicules motorisés dans la haute vallée de l'Indus. Cette route, facteur important de modernisation, est cependant encore sujette aux avalanches hivernales, qui la rendent impraticable d'octobre à mai.

En 1974, la région est ouverte à la circulation étrangère. Aussitôt, c'est l'amorce de la demande en services touristiques. Férus de nouveauté, les voyageurs occidentaux, dont les motivations peuvent être classées, suivant V. Smith (1989), dans les catégories ethnique, culturelle et environnementale, ont rapidement trouvé le chemin de ce « Shangri-La », suivis de près par nombre de tibétologues amateurs ou professionnels à qui la Chine refusait l'accès à Lhasa depuis 1950.

LE LADAKH



D'après BEIGBEDER 1982

En conséquence, et dans la foulée des changements amorcés avec l'indépendance indienne, la structure occupationnelle des Ladakhi témoigne d'un passage inexorable de l'activité agricole vers une économie de services. C'est d'abord le visage de la capitale, Leh, une ville de 8 500 âmes, qui s'est peu à peu modifié : constructions d'hôtels, de restaurants, de commerces, réalisation de nouveaux travaux publics, demande accrue en services de toute sorte. Grâce à des conditions avantageuses de financement accordées par la State Bank of India, la création d'entreprises touristiques privées s'est faite de façon régulière. Pour des raisons déjà évoquées, en effet, l'État central était trop heureux d'encourager ce nouveau vecteur d'occupation durable du territoire.

Pour cette région sans industrie et aux ressources naturelles difficiles à exploiter, le tourisme paraît d'emblée offrir des possibilités économiques séduisantes. Après quelques années de ce développement économique nouveau, toutefois, les leaders locaux ont vite fait de constater que, sur une structure ancienne et stable du pouvoir fondée sur un clergé fort et un régime monarchique d'une grande profondeur historique, s'est rapidement greffée une bourgeoisie marchande raffermie du sein de laquelle émerge maintenant une nouvelle petite bourgeoisie composée d'intellectuels et de jeunes scolarisés dans le système éducatif indien, voire à l'étranger. Favorisant des trajectoires politiques jusque-là inconnues, c'est le développement de l'entrepreneurship touristique qui est aujourd'hui le moteur de beaucoup de ces nouveaux acteurs. Pour comprendre les assises de ce remous socio-politique, nous nous proposons d'analyser l'entrepreneurship touristique en développement dans la capitale en prenant d'abord appui sur la grille analytique des secteurs économiques informel et formel.

Les entreprises touristiques des secteurs informel et formel

Une première sphère d'activités issues du tourisme comprise dans le secteur informel est celle de l'hébergement. Environ les deux tiers des établissements d'hébergement touristique de Leh sont des *guest houses* (Pitsch 1985), qui sont la propriété de familles ladakhi issues en majorité de la couche aisée de la paysannerie. Avant sa conversion en *guest house*, toute la maison était habituellement occupée par les membres de la famille et c'est au hasard des départs pour les études à l'extérieur, des mariages ou des décès que l'espace libéré a pu être mis à contribution. L'hébergement de visiteurs exige peu de travail comparativement aux travaux agricoles et rentabilise l'espace inoccupé. Ce secteur comprend ensuite la sphère de l'embauche occasionnelle par les agences touristiques de petits entrepreneurs artisans, d'abord des guides et des transporteurs sur courte distance. L'opération de ce type d'entreprise s'inscrit dans le réseau familial et s'enracine dans les pratiques séculaires de l'ancien commerce caravanier. À cette sphère sont également associées les activités artisanales comme la musique et la production de vêtements et d'objets utilitaires simples. Traditionnelle et domestique, cette production matérielle atteint peu le marché touristique, faute d'attraits pour la plupart des visiteurs, tandis que les spectacles « folkloriques » rencontrent une bonne demande tant dans les hôtels que dans la rue.

Dans le commerce, troisième sphère de ce secteur, on relève des établissements ou des métiers dont l'origine remonte presque toujours à la période anté-

rieure à l'arrivée du tourisme : *tea stalls*, restaurants, magasins généraux, marchands de légumes, tailleurs, ébénistes, barbiers, etc. Ces petites entreprises, que nous regroupons sous les catégories restauration et petit commerce traditionnel, fournissent aux habitants les services nécessaires à leur reproduction depuis des générations. Depuis 1974, ils n'ont fait que poursuivre leurs activités tout en bénéficiant d'une demande accrue durant l'été. Cette troisième sphère comprend aussi le commerce fait par des Tibétains vendant des souvenirs sur des étals à ciel ouvert le long de certaines rues de Leh, activité qu'ils sont les seuls à accomplir. Ces Tibétains ne viennent au Ladakh que pour la saison touristique, de mai à septembre. Ce sont des réfugiés du Tibet chinois que l'Inde a accueillis et regroupés dans le Deccan, à l'écart des frontières mais avec une certaine liberté de circulation. Ils proposent aux touristes des biens fabriqués par leurs coreligionnaires établis dans les différents points de la diaspora tibétaine en Inde et au Népal, puisque le clergé local interdit le commerce par ses fidèles des souvenirs attestant la confession lamaïste.

Conformément au portrait habituel du secteur informel, il n'existe pas au Ladakh de rassemblements des entrepreneurs informels sur la base d'intérêts communs. Aussi n'y a-t-il guère de liens économiques fonctionnels entre eux ou avec l'extérieur. Les opérations se restreignent généralement au réseau familial.

Du côté du secteur formel, on remarque d'abord que les établissements d'hébergement pour visiteurs sont du type hôtel, c'est-à-dire qu'on consacre l'entièreté de l'établissement à l'hébergement payant. Un locataire s'en voit confier la gérance et paie au locateur un pourcentage perçu à même les profits annuels d'opération, car ces hôtels et les terrains appartiennent à des propriétaires qui n'y travaillent pas. C'est du groupe large des anciens propriétaires fonciers, soit l'aristocratie, le clergé et les bourgeoisies marchande et caravanière, qu'est issu le sous-groupe des propriétaires des infrastructures touristiques. Voyant cette occasion de profit s'offrir après la disette qui a suivi la fermeture des frontières, leur motivation à s'activer dans ce domaine s'est accrue avec l'augmentation rapide de la demande en services touristiques, et bien sûr grâce aux prêts avantageux de la State Bank of India facilitant la conversion d'un lopin cultivé ou simplement inoccupé en lotissement disponible pour la construction subventionnée d'un immeuble locatif.

Les gérants d'hôtels proviennent presque tous de l'extérieur, par ordre d'importance du Kashmir, du Pundjab et de Delhi, et ne résident à Leh que durant la saison touristique. Ces tenanciers relèvent du secteur formel principalement à cause de leurs liens fonctionnels avec des ressources extérieures à la communauté, soit l'importation de capital et de main-d'œuvre, et parce qu'ils disposent du savoir nécessaire à la gestion d'un hôtel.

Le commerce de souvenir en boutique, à la différence de celui en étals extérieurs, se structure sur le même modèle propriétaire-locataire que l'hôtel. Les boutiquiers sont d'ailleurs souvent apparentés aux gérants d'hôtels avec lesquels ils échangent faveurs et clientèle. Ce qu'on y vend dépend en général de l'origine du locataire et de ses sources d'approvisionnement, et n'a le plus souvent que peu de rapports avec la culture et l'économie ladakhi.

Les agences de voyages de Leh sont toutes à la solde d'intérêts extérieurs, basés surtout à Srinagar et Delhi. Leur rôle consiste à assurer la continuité du service offert depuis la maison-mère à une clientèle voyageant le plus souvent en groupes et transigeant sur la base d'un forfait. Chacune d'entre elles entretient des liens d'affaires privilégiés avec des entrepreneurs locaux, souvent choisis en fonction d'associations déjà formées sur d'autres terrains d'opération communs telle la vallée de Srinagar.

Avec le tourisme, enfin, le Ladakh a vu arriver un certain nombre de visiteurs qui ont fraternisé avec des autochtones inquiétés par les mutations sociales des dernières années. Pour résumer, disons simplement qu'on a bientôt mis sur pied deux associations qui ont accouché d'entreprises recrutant surtout parmi la jeunesse scolarisée et les intellectuels locaux. Ce sont le Ladakh Ecological and Development Group (LEDeG), et le Students' Educational and Cultural Movement of Ladakh (SECMOL). Produits des années 1980, ces deux groupes se définissent comme un soutien à la communauté et à ses valeurs traditionnelles et jouent un rôle de promotion de la prise en charge de l'éducation populaire par les Ladakhi eux-mêmes (Goering 1990 ; LEDeG 1988 ; SECMOL 1987). Pour arriver à leurs fins, leurs membres ont utilisé des alliances politiques fortes à tendance nationaliste, du moins culturellement, en particulier avec le clergé bouddhiste. Les Ladakhi qui s'activent dans ces nouvelles entreprises appartiennent presque tous à des familles aisées du milieu agricole, de la fonction publique ou de l'aristrocratie. C'est le noyau d'une nouvelle petite bourgeoisie locale en formation. Bon nombre d'indicateurs contribuent à faire de ces deux entreprises des composantes du secteur formel, mais ce classement peut être abusif. Si elles profitent de capitaux étrangers, utilisent un savoir spécifique acquis dans le système scolaire institutionnel, et ne fonctionnent que peu suivant la règle de l'appartenance familiale, la formule associative dont elles s'inspirent relève d'un type qui n'était pas explicitement inclus dans la théorie bi-sectorielle à l'époque de sa conception.

Parvenus à ce point dans la classification des entreprises durant l'enquête de terrain, donc avant l'analyse des données, plusieurs informateurs nous ont fait valoir que des facteurs culturels tels l'origine endogène ou exogène des entrepreneurs comme leur appartenance religieuse expliquaient, à leurs yeux, des comportements économiques, et que toute interprétation du phénomène qui n'en tiendrait pas compte serait fautive. Comme l'objet de cette recherche était à l'origine de mettre en question une théorie économiste particulière, et que nous ne voulions pas délaisser cet objectif, nous avons décidé que ces facteurs culturels pourraient être considérés conjointement avec cette théorie. Pour ce faire, tous les groupes d'entreprises identifiés précédemment ont alors été reclassés, en fonction cette fois de ces nouvelles caractéristiques.

L'origine des entrepreneurs et leur appartenance religieuse

L'origine des entrepreneurs en tourisme est considérée ici par rapport à la communauté où ils œuvrent. Devant la difficulté d'identifier formellement les critères selon lesquels les Ladakhi reconnaissent leurs pairs, une frontière

temporelle a été arbitrairement adoptée. Ainsi, ont été considérés comme endogènes les personnes habitant le Ladakh avant 1973 et celles à qui elles sont mariées, ainsi que les enfants qui se sont ajoutés depuis dans ces familles. L'entrepreneur touristique endogène est donc un individu ou groupe répondant à cette définition — les autres seront les exogènes — et qui s'engage dans une activité économique avec les touristes ou des intermédiaires de l'industrie touristique.

Les entreprises touristiques nées de l'initiative d'acteurs endogènes se retrouvent surtout dans les sphères de l'hébergement, des services de guides et de transport, de la production artisanale et, à un degré moindre, du commerce et de la restauration. Ces acteurs sont les propriétaires fonciers, les familles possédant des *guest houses*, les guides, les chauffeurs de taxi, les musiciens et les femmes produisant l'artisanat commercialisable, les petits commerçants traditionnels offrant les services reliés à la subsistance, ainsi que le SECMOL et le LEDeG puisqu'ils recrutent essentiellement des Ladakhi.

Les entrepreneurs exogènes, à toutes fins utiles, ne séjournent au Ladakh que durant la période d'affluence touristique. Ils sont actifs dans l'hébergement en hôtels, les agences de voyages et le commerce de souvenirs. Ce groupe comprend la majorité des locataires, tels les gérants d'hôtels et leurs employés, et les boutiquiers. Sont également exogènes les guides artisans de l'extérieur accompagnant les petits groupes informellement organisés, et les vendeurs tibétains. La grande majorité de ces entrepreneurs appartiennent à des réseaux familiaux déjà fortement engagés dans l'industrie touristique, principalement à Srinagar.

Si, depuis longtemps, plusieurs religions se côtoient au Ladakh, le bouddhisme lamaïste est toujours largement majoritaire, suivi par l'islam, bien que l'activité touristique attire un flot grandissant de musulmans kashmiri (dont cependant un faible pourcentage tente de s'installer à demeure). Nos données conjuguées à celles de Pitsch (1985) révèlent que les bouddhistes forment la majorité des propriétaires de *guest houses*, des restaurateurs, des chauffeurs de taxis, des guides, des artisans, des propriétaires fonciers ainsi que des commerçants permanents. Le SECMOL et le LEDeG sont également bouddhistes. Les gérants d'hôtels, les boutiquiers, les guides artisans exogènes et les agents de voyage sont, pour leur part, majoritairement musulmans.

Un regard synthétique sur les données

Une première lecture du tableau-synthèse des données permet quelques constats simples. On voit par exemple une corrélation positive entre l'appartenance au secteur endogène et la confession bouddhiste. Cela n'étonne guère vu le haut degré d'homogénéité religieuse des Ladakhi. Corollairement, il existe une relation manifeste entre la confession musulmane et l'appartenance au secteur exogène, ce qui reflète la périphérie kashmiri dans laquelle s'inscrit le Ladakh. On note également que la quasi-totalité des entreprises exogènes appartiennent au secteur formel. Il est compréhensible que l'exportation de capitaux, de marchandises et de force de travail dans un lieu autre que son champ d'action habituel

Tableau 1

Répartition des entrepreneurs touristiques suivant les trois paires de facteurs

SECTEUR FORMEL	SECTEUR INFORMEL
EXOGÈNE	
Gérants d'hôtels	
Agents de voyages	Guides artisans
Commerçants de souvenirs en boutiques	*Commerçants de souvenirs en étals*
ENDOGÈNE	
Nouvelle petite bourgeoisie :	*Propriétaires de* guest houses
— *SECMOL et LEDeG*	*Petits commerçants traditionnels*
Propriétaires fonciers :	*Restaurateurs*
— *aristocratie*	*Entrepreneurs artisans :*
— *clergé*	— *guides*
— *bourgeoisie marchande*	— *chauffeurs*
— bourgeoisie caravanière	— *artisans divers*

Note : L'italique marque l'appartenance à la foi bouddhiste de la majorité des individus compris dans la catégorie citée. Les autres sont musulmans.

exige d'un entrepreneur une base économique solide. Les deux seuls types d'entrepreneurs exogènes qui ne sont pas du secteur formel, les commerçants de souvenirs tibétains et les guides artisans, sont de caractère exceptionnel. La parenté religieuse et culturelle des premiers avec les Ladakhi fait en sorte que le déplacement et les dépenses occasionnées trouvent une compensation dans des circonstances facilitantes. Tout autre commerçant de même niveau et sur le même terrain, mais non lamaïste, ne bénéficierait pas d'un aussi bon accueil de la part des autochtones. Quant aux seconds, leur très petit nombre et leur faiblesse économique leur enlèvent tout poids significatif dans la balance du pouvoir économique chez les entrepreneurs exogènes. De fait, l'ensemble exogène-informel est négligeable comme entité propre.

L'ensemble formel-exogène fait preuve d'une cohésion fonctionnelle assez grande en dépit de l'origine variée des entrepreneurs qui le composent. À l'opposé, l'ensemble endogène-informel est économiquement disparate, sans organisation ni grand capital, et ses membres se concurrencent entre eux. Entre ces deux extrêmes, l'ensemble endogène-formel appelle plus de nuances. Il se composait jusqu'à récemment des seuls propriétaires fonciers, dont les intérêts convergeaient à maints égards. La complémentarité de longue date entre le clergé bouddhiste et l'aristocratie s'est diversifiée avec l'émergence de la bourgeoisie marchande moderne et de la nouvelle petite bourgeoisie, pour constituer un ensemble élargi mais aux visées économiques, politiques et idéologiques relativement homogènes. S'il y a moins d'homogénéité quant à l'appartenance religieuse, la bourgeoisie marchande caravanière ayant toujours comporté un bon pourcentage de musulmans, il semble qu'on ait contenu ce foyer de dissensions

éventuelles pour privilégier un objectif commun : la stabilité économique et politique.

La division endogène-exogène appelle quelques commentaires. Si les marchands exogènes sont d'abord réunis par une activité économique commune sur un même territoire, ce qui situe au second plan leur appartenance culturelle et religieuse, l'on aurait pu croire que, chez les entrepreneurs endogènes, la religion et la communion culturelle seraient des facteurs de cohésion susceptibles de transcender les intérêts strictement économiques. À preuve, le LEDeG et le SECMOL tiennent un discours nationaliste sur le plan culturel qui tend à discréditer les entrepreneurs exogènes dont ils dénoncent l'envahissement culturel et le prosélytisme. En même temps, cependant, force nous est de constater que leurs initiatives potentiellement nuisibles aux entrepreneurs exogènes se sont limitées à la réglementation des services de guides, en collaboration avec le clergé (SECMOL 1987). Cette mesure, restrictive certes mais non exclusive, a eu pour conséquence de concurrencer davantage les guides artisans, exogènes et endogènes, classés dans le secteur informel, et ce bien plus que les agences de voyages qui, elles, se limitent à engager des guides locaux sur une base temporaire.

Quant aux propriétaires fonciers, ils cumulent les positions de défenseurs de l'identité culturelle traditionnelle, les religieux et les aristocrates surtout, et de partenaires privilégiés des entrepreneurs exogènes, auxquels ils louent leurs installations et grâce auxquels ils perçoivent ce qui est devenu l'essentiel de leurs revenus. Ils rassemblent de plus la majorité des leaders politiques, tant traditionnels que modernes. En d'autres mots, les propriétaires fonciers contrôlent l'État au niveau local, et sont en même temps compromis dans les activités économiques du secteur formel. En raison de ce pouvoir, ce groupe serait en mesure de protéger ou même de favoriser le développement des entreprises informelles endogènes piégées par le jeu de la concurrence. Le prétexte de la protection de l'héritage culturel serait des plus justifié et s'accorderait au discours nationaliste qu'il supporte. Mais il semble qu'il n'en fasse rien.

Concernant la division formel-informel, plusieurs auteurs, notamment Britton (1982), Jommo (1987) et Wahnshafft (1982), ont démontré que l'absence de réglementation étatique compensatrice permet effectivement aux lois du marché de s'appliquer pleinement. Les entreprises du secteur formel ont tendance à assujettir celles du secteur informel et à terme en absorbent les éléments les plus faibles. Cette tendance se vérifie au Ladakh où les petites entreprises artisanales et la restauration traditionnelle perdent la plus grosse part de leurs assises économiques et politiques au profit d'entreprises formelles qui étendent sans cesse leurs ramifications. Les hôtels, alliés aux agences de voyages et aux boutiquiers, sont en compétition directe avec les *guest houses*, avec la restauration et le petit commerce traditionnels, les commerçants tibétains de souvenirs et, à un moindre degré, avec les guides artisans et les chauffeurs de taxi. Le SECMOL, avec ses activités culturelles destinées aux touristes, empiète sérieusement sur le terrain des chauffeurs artisans et des artistes traditionnels. Le LEDeG offre un service de restauration prisé des visiteurs, qui gruge une part importante du marché des restaurateurs traditionnels. Ainsi, la réponse que peut fournir cette étude de cas au sujet de la pertinence de la théorie des secteurs formel et informel

pour l'analyse du développement touristique au niveau local au tiers monde rejoint les conclusions de ces auteurs. Et dans cette perspective strictement économique, c'est tout ce qu'il est permis d'affirmer.

L'ajout de variables culturelles raffine la compréhension globale de ce phénomène. Ainsi, la petite entreprise artisanale ladakhi s'affaiblit malgré le discours unifié des élites traditionnelles et de la nouvelle petite bourgeoisie, qui prônent une alliance entre autochtones pour sauvegarder l'identité culturelle et limiter le pouvoir exogène. Pour ces élites locales, la promotion de l'autochtonisation des affaires et la sauvegarde de l'identité culturelle céderaient en fait le pas à la promotion des liens économiques avec les entrepreneurs exogènes du secteur formel et à sa conséquence, la disparition d'entreprises du secteur informel, elles-mêmes fort occupées à se concurrencer sans remarquer le danger à long terme inscrit dans cette attitude.

Cet éclairage supplémentaire révèle en quelque sorte les assises sociales et les enjeux politiques de la dynamique économique entourant l'entrepreneurship touristique. En signalant la présence d'alliances qui poussent les entreprises artisanales sur une voie d'évitement, il montre que ce ne sont pas simplement des activités économiques qui sont en cause, mais bien des luttes de pouvoir et de classes pour tirer avantage du tourisme. Dans un tel contexte, le rôle que joue — on ne joue pas — l'État en tant qu'agent potentiellement protecteur de la petite entreprise commande d'être davantage pris en considération. Et ce rôle ne saurait être évoqué sans référence aux influences qu'il subit et aux intérêts qui l'alimentent et pour lesquels il se déploie. Le débat encore très actif sur la prééminence des phénomènes de classe et d'ethnicité dans le jeu de l'économie politique (Balibar et Wallerstein 1988; McAll 1990) se retrouve au cœur de la problématique du développement de l'entreprise au tiers monde et de son impact sur l'équilibre local du pouvoir. Il peut certainement nourrir la recherche sur l'expansion de l'industrie touristique et ses conséquences politiques dans les communautés.

Références

BALIBAR E. et I. Wallerstein
1988 *Race, nation, classe. Les identités ambiguës*. Paris : La Découverte.

BARETJE R.
1980 *Bibliographie de bibliographies touristiques*. Aix-en-Provence : Centre des Hautes Études Touristiques.

BEIGBEDER Y.
1982 *Inde du Nord*. Paris : Flammarion.

BOISSEVAIN J. et P.S. Inglott
1979 « Tourisme à Malte » : 262-280. in E. DeKadt. *Tourisme : Passeport pour le développement ?* Paris : Banque Mondiale/UNESCO.

BONACICH E.
1979 « The Past, Present, and Future of Split Labor Market Theory », *Research in Race and Ethnic Relations*, 1 : 17-64.

BRITTON S.G.
1982 « The Political Economy of Tourism in the Third World », *Annals of Tourism Research*, 9, 3 : 331-358.

BUREAU INTERNATIONAL DU TRAVAIL (B.I.T.)
1972 *Employment, Incomes and Equity*. Genève : OIT.

DIN K.H.
1982 « Tourism in Malaysia : Competing Needs in a Plural Society », *Annals of Tourism Research*, 9, 3 : 453-480.
1988 « The Concept of Local Involvement and its Application to Malaysian Island Resorts », communication présentée à la First Conference on Anthropology of Tourism, Group for Anthropology in Policy and Practice of the United Kingdom, Londres.

GOERING P.
1990 « The response to tourism in Ladakh », *Cultural Survival Quarterly*, 14, 1 : 20-25.

HART K.
1973 « Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana », *Journal of Modern African Studies*, 11, 1 : 61-89.

HECHTER M.
1975 *Internal Colonialism*. Berkeley : University of California Press.

HØIVIK T. et T. Heidberg
1980 « Tourisme entre le centre et la périphérie et autodépendance », *Revue internationale des sciences sociales*, 32, 1 : 74-108.

JAFARI J.
1979 « Tourism and the social sciences. A Bibliography : 1970-1978 », *Annals of Tourism Research*, 6, 2 : 149-194.

JOMMO R.B.
1987 *Indigenous Entreprise in Kenya's Tourism Industry*. Genève : Institut Universitaire d'Études du Développement.

LADAKH ECOLOGICAL AND DEVELOPMENT GROUP (LEDeG)
1988 *Ecological Steps Towards a Sustainable Future*. Fascicule d'information, Leh.

LANFANT M.-F.
1980 « Introduction. Le tourisme dans le processus d'internationalisation », *Revue internationale des sciences sociales*, 32, 1 : 14-45.

LATOUCHE S.
1989 « Les paradoxes de la normalisation de l'économie informelle », *Revue Tiers Monde*, XXX, 117 : 227-223.

MCALL C.
1990 *Class, Ethnicity and Social Inequality*. Montréal : McGill-Queen's University Press.

MANN S.G.
1985a *Case Studies in Tourism : a Selected Bibliography*. Illinois : Vance Bibliographies.
1985b *Tourism Theory : a Selected Bibliography*. Illinois : Vance Bibliographies.

MAURER J.L.
1979 *Tourism and Development in a Socio-Cultural Perspective : Indonesia as a Case Study*. Genève : Institut Universitaire d'Études du Développement.

MICHAUD J.
1989 *Commerce touristique et mutations sociales au Ladakh (Inde) : l'héritage des caravaniers*. Mémoire de maîtrise en anthropologie sociale, Université Laval, Québec.

PITSCH H.J.
1985 *The Development of Tourism and its Economic and Social Impact on Ladakh*. Thèse en Business Management, Department of Economics, Heilbron University, Lübbecke (RFA).

PORTES A., M. Castells et L.A. Benton (dir.)
1989 *The Informal Economy*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.

REYNOSO Y VALLE A. et J.P. DeRegt
1979 « Une croissance pénible : le développement touristique planifié à Ixtapa-Zihuatanejo » : 111-134, in E. DeKadt, *Tourisme : Passeport pour le développement ?* Paris : Banque Mondiale/UNESCO.

SMITH M.E.
1989 « The Informal Economy » : 292-317, in S. Plattner (dir.), *Economic Anthropology*. Stanford (Ca.) : Stanford University Press.

SMITH V. (dir.)
1989 *Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism. Second Edition*. Philadelphia : University of Pennsylvania Press.

STUDENT'S EDUCATIONAL AND CULTURAL MOVEMENT OF LADAKH (SECMOL)
1987 *Pride of Ladakh*. Fascicule d'information, Leh.

WAHNSHAFFT R.
1982 « Formal and Informal Tourism Sectors : A Case Study in Pattaya, Thailand », *Annals of Tourism Research*, 9, 3 : 429-452.

Jean Michaud
Département d'anthropologie
Université de Montréal
C.P. 6128, succursale A
Montréal (Québec)
Canada H3C 3J7