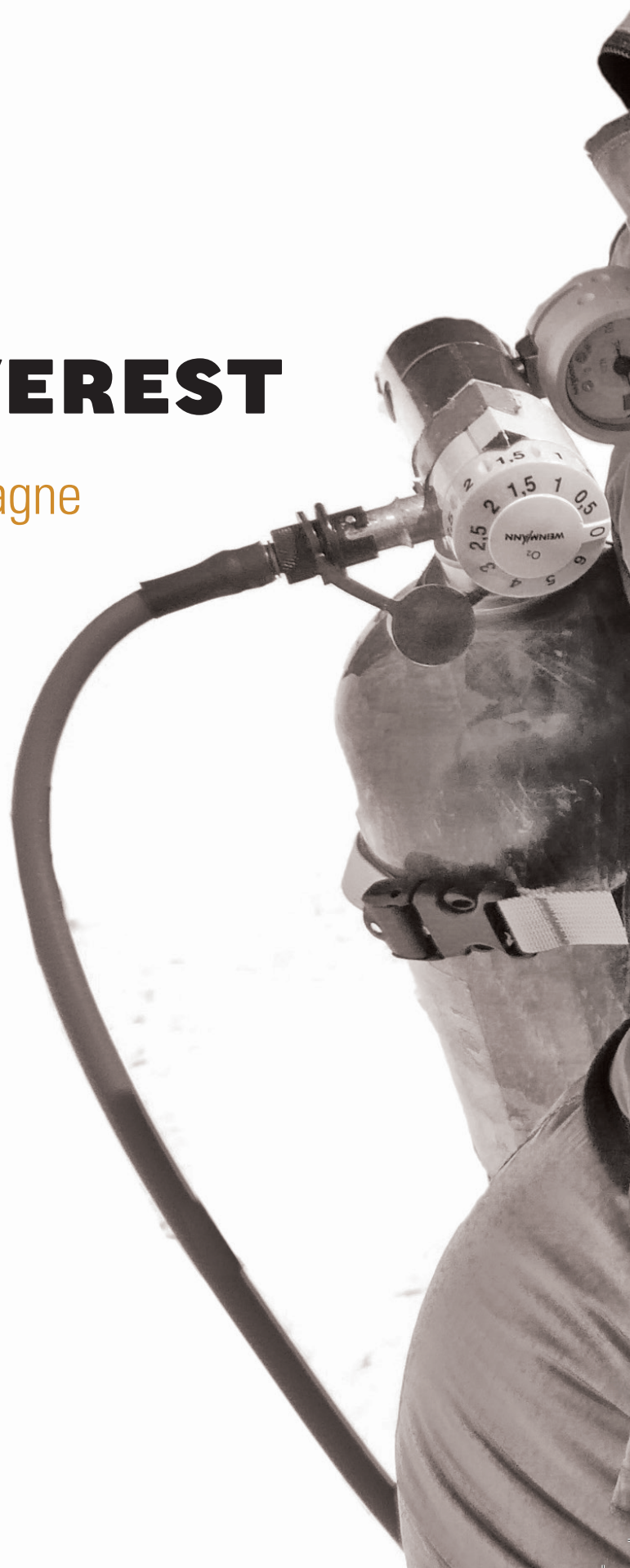


REGARDS D'EVEREST

« L'Everest n'est pas une montagne anodine et l'alpinisme un acte innocent. » Jon Krakauer

Je ne m'étais pas programmé pour gravir l'Everest. « Trop cher, trop de monde, trop d'artifices, trop de gens qui n'ont rien à y faire ». Les anathèmes si souvent lus et entendus agissaient comme un repoussoir. La dramaturgie de la littérature himalayenne et l'héroïsation des personnages laissaient peu de place pour mes projections. Pourtant quand Sophie Lavaud m'annonça qu'elle partait tenter de gravir l'arête nord de la plus haute montagne du monde, je glissai mes pas dans sa trace... Comme une libération de mon propre rêve d'Everest.

Texte et photos : François Damilano et Sophie Lavaud





SPiRiT
outdoor

François Damilano sur les pentes de l'Everest, mai 2014. Alpiniste mais aussi observateur curieux du monde de l'altitude...

« Du 22 au 25 mai 2001, par exemple, il y a eu plus de monde au sommet de l'Everest (187) que durant les trente années qui ont suivi la première ascension de Tenzing et Hillary en 1953. »



« **La symbolique de l'Everest** est très simple, c'est la plus haute montagne de la Terre. Monter là-haut, c'est atteindre une sorte d'absolu, donc une sorte d'absolu en-soi. Mais si c'est un marqueur intime, c'est également un marqueur social, un *petit sentier de la gloire* pour ceux qui pensent que grimper sur une montagne va les bonifier, les rendre meilleurs, leur donner un statut social plus épais. »⁽¹⁾ En quelques phrases bien senties, l'écrivain et himalayiste Jean-Michel Asselin résume la force du mythe de l'Everest et décline l'entrelacement esthétique/symbolique. Un mythe profondément ancré dans notre culture alpine, sans doute même le mythe fondateur de la culture alpine : se tenir debout au sommet, se tenir debout quelques instants au sommet des sommets. Ainsi depuis la première ascension de 1953, un peu plus de 20 000 personnes ont tenté de voir le monde de son point le plus haut. Presque 7 000 y sont parvenues.

On le sait, la représentation de l'alpinisme dépasse le simple champ sportif. Celle de l'Everest porte bien au-delà des himalayistes. En clair, le rêve d'Everest ne prend pas forme uniquement dans la tête des alpinistes. Sa conquête même est jalonnée de tentatives aussi audacieuses qu'originales émanant parfois d'hommes qui n'avaient aucune expérience de l'art de gravir les montagnes⁽²⁾. Mais compte tenu de l'éloignement, des difficultés d'organisation et d'approche, l'himalayisme de conquête a été presque exclusivement réservé à des équipes aguerries soutenues par leurs nations.

L'apparition des *expéditions guidées* marque un tournant décisif dans la sociologie des huitmillistes. En 1980 le suisse Max Eiselin propose ouvertement des places contre rémunération dans son expédition au Dhaulagiri (8 167 m). Dans son sillage d'autres guides proposent organisation puis encadrement de sommets phares comme le Cho Oyu (8 201 m) et surtout l'Everest (8 850 m) en synergie avec des agences népalaises spécialisées dans l'organisation de trekkings et alors en plein essor. Dès lors, il n'est plus nécessaire de faire partie du sérail de l'alpinisme pour prétendre gravir l'une des plus hautes montagnes du Monde. « Le capital symbolique devient accessible au capital tout court. »⁽³⁾ Peu à peu des guides se spécialisent dans cet accompagnement en très haute altitude permettant à des amateurs – au sens noble du terme – d'atteindre les plus hautes cimes. Le nombre d'ascensions des plus hauts sommets se multiplie et l'apparition de cette nouvelle population dans le cercle restreint des himalayistes complexifie les images et brouille les discours établis. Médias et sponsors démêlent difficilement ce qui relève de la performance d'avant-garde de l'expérience extraordinaire individuelle. Collectionnant les 14 sommets de plus de 8 000 m, certains performers participent eux-mêmes à maintenir la confusion. En un glissement étonnant, les ascensions des sommets de plus de 8 000 m par leur voie classique prennent un goût de frelaté et sont regardées avec condescendance par une partie du milieu de l'alpinisme. Une sorte de débat en légitimité de ces néo-huitmillistes ne cessera de grandir pour

atteindre son apogée en 1996 avec la mort de deux guides et plusieurs clients lors de la descente du sommet de l'Everest⁽⁴⁾.

La dénonciation de la marchandisation des hautes montagnes s'affirme avec une remise en cause d'une industrialisation des services et de la dénaturation de l'esprit d'aventure. L'image véhiculée par l'Everest se réduisant alors le plus souvent aux excès et dérives inhérents à une fréquentation subitement accrue et à une explosion d'une sociologie jusque-là bien établie.

Aujourd'hui, la majorité des expéditions présentes sur l'Everest sont organisées par des guides ou des agences népalaises pour une somme variant de 30 000 à 60 000 euros par personne. Un investissement financier qui se double d'un investissement en temps : acclimatation et caprices de la météo obligent, deux mois sont nécessaires pour espérer taquiner ce sommet de presque 9 000 m. À consulter les sites web et autres brochures publicitaires, pas facile de s'y retrouver au milieu des arguments et promesses similaires. Pourtant, sur place, les philosophies et les moyens sont pour le moins disparates et pourraient se classer en trois familles : les guides-artisans accompagnant ponctuellement de fidèles clients et revendiquant la relation de proximité, les guides-everesters implantés affichant leurs statistiques d'efficacité et les regroupements internationaux plus ou moins low cost et sans véritable leadership. Versant sud, la voie népalaise enregistre la plus forte fréquentation avec un peu plus de 70% des summiters. Affluence saisonnière qui génère des problèmes ponctuels de cohabitation et parfois même embouteillages dans certains passages clés en haute altitude les jours de summit-pushes. Versant nord, la voie tibétaine est encore relativement peu fréquentée compte tenu de l'instabilité politique de la confrontation Tibet/Chine d'une part et du profil d'ascension soutenu avec des sections de rocher abruptes en très haute altitude.

En progression régulière depuis le début des années quatre-vingt-dix, le nombre de summiters augmente de manière significative à l'orée de la décennie 2000. Du 22 au 25 mai 2001, par exemple, il y a eu plus de monde au sommet (187) que durant les trente années qui ont suivi la première ascension de Tenzing et Hillary en 1953. Le record de 32 summiters un même jour, établi le 12 mai 1992, est pulvérisé dix ans plus tard avec 70 personnes le 16 mai 2002. Actuellement, environ 500 personnes parviennent chaque (bonne) année à gravir le toit du monde. Après les balbutiements des premiers guides, quelques opérateurs ont en effet développé un savoir-faire inédit par leur spécialisation et leur implantation – terme choisi à dessein – sur les pentes de la montagne. Leur présence répétée chaque saison permettant d'optimiser un investissement conséquent (assurant davantage de confort dans les camps par exemple) et de planifier les stratégies d'ascension et d'accompagnement. En découle une efficacité qui repose sur : l'accumulation d'expérience, la préparation (installation des camps) et la sécurisation systématique de l'itinéraire d'ascension (ligne de vie fixée sur chaque portion difficile). La systématisation et l'optimisation de l'utilisation de l'oxygène artificielle (allègement des bouteilles, fiabilité des masques), sont un gage de réussite mais nécessitent aussi la professionnalisation et la fidélisation des meilleurs sherpas non seulement comme soutiens logistiques, mais également comme guides de très haute altitude. Enfin, la variable météo et sa maîtrise permettent de déterminer précisément les summit days potentiels.

Cette reconduction systématique et saisonnière par les mêmes organisateurs suscite le débat de la *marchandisation* des sommets emblématiques. Certains himalayistes dénonçant la commercialisation et



la dérive de *l'esprit de l'alpinisme*, stigmatisant la dénaturation du métier de guide par une préemption de fait de la montagne par des agences au profit de la massification d'une clientèle avide de trophées. Au schéma classique du petit groupe de clients fidèles et de son guide-artisan partant à l'aventure sur un terrain sans cesse renouvelé, semble s'opposer la logique de l'agence structurée autour d'une organisation rodée ouvrant ses portes à des *aventuriers-consommateurs* au détriment d'*alpinistes-de-culture*. « Les véritables montagnards ont une démarche progressive, sans porteur, sans oxygène et sans camp fixe. Or il y a désormais un phénomène sommet. On se paie un sommet sans avoir fait de montagne auparavant, c'est devenu une activité de troupeau »¹⁾ affirme par exemple Christian Trommsdorff, président du Groupe de Haute Montagne. Et l'himalayiste de pointe de dénoncer l'apparition d'un *tourisme d'altitude*²⁾ en posant la question de la manière de gravir les plus hautes montagnes : « Chaque démarche est respectable, mais chacun doit avoir conscience des moyens qu'il a utilisés (oxygène, cordes fixes, aide au portage, assistantat par les sherpas)... le débat porte sur la question de savoir quel est le plus important : le résultat – "*j'ai fait l'Everest*" – ou les émotions et les expériences vécues qui sont clairement liées aux moyens utilisés. » Explicitement est ainsi posée la question du profil des prétendants aux hautes montagnes, question qui interroge la nature même de l'alpinisme et les moteurs du métier de guide. Qui est alpiniste ? Les montagnes sont-elles réservées aux alpinistes ? Une fois encore l'écrivain Jean-Michel Asselin apporte un regard débarrassé d'un idéalisme de bon ton : « À l'Everest, il y a des gens dont on ne peut pas contester la légitimité – des professionnels, des alpinistes très expérimentés – et puis il y a des gens qui ne sont pas des alpinistes géniaux ou qui ont très peu d'expérience. Pourtant tous ont un même désir d'Everest. Et chacun a organisé son désir, chacun a organisé la possibilité d'accéder à son désir... Pourquoi certains seraient plus légitimes que d'autres ? Quel diktat un peu obsessionnel d'une communauté d'alpinistes dirait : "*toi tu as le droit*", "*toi tu n'as pas le droit*", "*toi tu le mérites*", "*toi non*"... »³⁾

Et moi, dans tout cela ? Sur mon chemin de l'Everest, je me planque derrière ma caméra et je m'efforce d'abandonner mes partis pris. Partagé entre mon goût de la performance, mon réalisme de guide et mon expérience d'himalayiste, je m'interroge souvent sur la valeur de mon ascension au sein de l'équipe d'encadrement de Kari Kobler⁴⁾. Mais pousser ma poignée autobloquante sur la corde fixe (rouge cette année) installée par l'expédition sino-tibétaine, découvrir l'usage de l'oxygène artificiel, trouver les tentes montées aux camps d'altitude, rassurer mon binôme sherpa lorsqu'il s'effraie de me voir m'affranchir de la ligne de vie pour voler quelques plans que j'espère spectaculaires... n'a pas entamé l'immense bonheur de vivre une fois dans ma vie une expédition sur la plus haute montagne du monde.

Et je garde ancrée en moi la vision saisissante de la face nord se dévoilant derrière le stupa du monastère de Rongbuk. Je frissonne encore de ma première immersion au cœur de la montagne au débouché du col Nord. Je m'étonne de l'incommensurable sentiment d'appartenir au paysage en remontant la longue arête Est dominant toute la chaîne himalayenne. Là-haut, je n'avais pas d'autre prétention que de vivre et partager mon rêve d'Everest avec sérendipité.

Et de redescendre. Par ce que l'on ne vit pas sur les montagnes⁵⁾. ■

1) 7) 9) *Entretien à propos de Nouvelles chroniques d'en Haut*, Glénat 2014

2) *Everest, les conquérants - 1852-1953*, Gilles Modica. Éditions Guérin, 2013

3) *L'aventure himalayenne*, Michel Raspaud. PUG 2003

4) *Drame relaté dans Tragédie à l'Everest*, Jon Krakauer, Éditions Guérin, 1998

5) *In Himalaya, cauchemar au sommet*, JDD 10 août 2013

6) *Terme de Reinhold Messner explicité dans Femmes au sommet*, Arthaud 2011

8) *Guide suisse qui organisait cette année sa 15^e expédition à l'Everest*

"On va marcher sur l'Everest"

En mai dernier, François Damilano, guide de haute montagne, écrivain, éditeur, a réalisé un documentaire sur l'expédition qui les a portés sur le Toit du Monde. Il a suivi Sophie Lavaud, une alpiniste suisse qu'il avait croisée sur le Shishapangma, autre « huit mille » de la planète blanche.

Le film est téléchargeable à partir de ce lien : filmsdocumentaires.com.



Le 22 mai 2014, Sophie Lavaud au sommet du Chomolungma, suivie par la caméra de François Damilano.

