



GUIDE DES BONNES PRATIQUES POUR LA REDUCTION DE LA PAUVRETE PAR LE DEVELOPPEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES



Synthèse

Ce document est la synthèse du programme conduit par le GROUPE DEVELOPPEMENT sur le « guide des bonnes pratiques de lutte contre la pauvreté par le développement de projets touristiques ».

Sous la coordination de :

- **François VELLAS, Professeur à l'Université Toulouse I, Responsable du programme TED (Tourisme Ethique et Développement)**

et avec la participation des membres du Comité de Pilotage composé de :

- **Dirk BELAU, Bureau International du travail (B.I.T. – Genève)**
- **Lionel BECHEREL, Expert en tourisme (ITC)**
- **Julia CARBONE, Programme des Nations-Unies pour l'environnement (PNUE – Paris)**
- **David DIAZ, Pierre ENCONTRE, Conférence des Nations-Unies pour le Commerce et pour le Développement (CNUCED – Genève)**
- **Gaspar ESPUNA, Centre d'Estudis Turistics i Hotelers (CETT – Barcelone)**
- **Jean-Michel JOLLY, Groupe Développement (Le Bourget)**
- **Laure VERIE, UNESCO – Paris**
- **Klaus WEIERMAIR, Université d'Innsbruck**
- **Eugenio YUNIS, Organisation Mondiale du Tourisme (OMT – Madrid)**

GUIDE DES BONNES PRATIQUES EN FAVEUR DE LA LUTTE CONTRE LA PAUVRETE PAR LE DEVELOPPEMENT DE PROJETS TOURISTIQUES

Avec le déclin du secteur agricole dans de nombreux pays en développement et les difficultés à développer un secteur industriel compétitif, les secteurs des services et notamment celui du tourisme sont devenues le domaine privilégié des politiques de développement. De ce fait, le tourisme est également considéré comme un des moyens importants de lutte contre la pauvreté dans les pays en développement et en particulier dans les pays les moins avancés (PMA).

Cependant, il serait illusoire de croire que le tourisme peut contribuer significativement à réduire la pauvreté sans la poursuite de politiques spécifiques centrés sur cet objectif prioritaire. En effet, les caractéristiques économiques du secteur touristique, notamment du tourisme international ne paraissent pas correspondre de prime abord aux objectifs de lutte contre la pauvreté. Le tourisme est en effet, un secteur qui nécessite en priorité de très important besoin en capitaux. Il s'agit d'une industrie « Capital Intensive » qui nécessite un environnement également « Capital Intensive ». Pour construire un hôtel il convient de bénéficier de l'ensemble des infrastructures de base (eau, électricité, téléphone et télécommunications, accès routier) qui nécessitent la mobilisation de capitaux considérables. En outre, l'investissement hôtelier lui même qui est de nature immobilière requiert des investissements à long terme de 10 à 15 ans, sans compter tous les équipements et aménagements qui doivent généralement être importés dans un grand nombre de pays en développement. Il en résulte que dans de nombreux PMA, le développement touristique se limite à la capitale et à une ou deux zones touristiques très limitées.

Dans ces conditions, il paraît difficile d'envisager que le secteur touristique puisse en dehors de quelques expériences ponctuelles répondre aux défis de la lutte et de la réduction de la pauvreté alors que plus d'un milliard de personnes sont concernées dans le monde.

Face à l'ensemble de ces défis, le GROUPE DEVELOPPEMENT a mis en place une démarche basée sur un partenariat actif avec les Organisations Internationales notamment l'OMT, le BIT, le PNUE, l'UNESCO et la CNUCED et les partenaires locaux dans de nombreux pays en développement et PMA (Responsables du tourisme nationaux et régionaux, professionnels et ONG). Cette démarche à la fois de réflexion et de terrain a permis d'élaborer un répertoire des bonnes pratiques visant à proposer une contribution pratique à la lutte contre la pauvreté par le tourisme.

METHODOLOGIE

La démarche proposée dans ce rapport repose sur deux principes majeurs qui ont été identifiés à partir des missions réalisées dans les pays partenaires.

Il s'agit de :

- **L'ADEQUATION ENTRE LES MOYENS A MOBILISER ET LES RESULTATS ATTENDUS** : Les résultats attendus en terme de réduction de la pauvreté doivent conserver une proportionnalité monétaire stricte avec le montant des capitaux nécessaires à la réalisation des projets touristiques. Tel est la signification du proverbe cité en exergue « Un gros marteau ne doit pas être utilisé pour enfoncer une aiguille ». Sans quoi, le but de réduction de la pauvreté ne sera pas atteint de façon significative eu égard à l'ampleur du problème.
- **L'IMPLICATION DIRECTE DES PLUS PAUVRES DANS LA REALISATION DES PROJETS DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE** : Il s'agit d'un défi majeur. En effet, les populations les plus pauvres ne dispose pas de revenu monétaire et par conséquent ne peuvent pas participer directement même de façon minoritaire au financement monétaire des investissements touristiques. Il convient dès lors d'inverser la démarche traditionnelle et de privilégier d'abord les investissements touristiques qui permettent d'impliquer les populations locales en leur donnant la possibilité de devenir des investisseurs à part entière dans les projets touristiques notamment en adaptant les infrastructures à réaliser à leur savoir-faire et à leurs compétences, comme le montre les exemples de réalisation de bungalows touristiques construits localement.

1 - LA MESURE DE L'EVALUATION DE LA PAUVRETE

Vouloir mesurer la pauvreté peut paraître comme quelque chose de superficiel par rapport à la gravité du problème lui-même. En effet, le but est de réduire la pauvreté quelles que soient les populations concernées. Cependant, les premières enquêtes réalisées sur les projets de développement touristiques ayant pour but principal de lutter contre la pauvreté ont montré qu'il existe un risque important de confusion entre projets de développement bénéficiant aux communautés locales et lutte contre la très grande pauvreté. En effet, de très grandes différences de niveau de vie existent entre communautés locales qui parfois vivent dans une même région. Par conséquent, les programmes de développement touristiques impliquant les plus pauvres doivent pouvoir être réalisés en fonction d'un indice de pauvreté permettant de dresser des priorités.

La liste des indicateurs retenus est la suivante :

- **Population vivant en dessous du seuil de pauvreté** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage par rapport à la population totale vivant sur la zone géographique dans lequel le projet de développement touristique est proposé.
Indicateur : % de la population locale.

- **Différentiel de revenu par rapport au revenu moyen de la région** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le montant du revenu local par rapport au montant du revenu moyen dans le pays ou plutôt dans la région dans lequel le projet de développement touristique est doit être mis en place.
Indicateur : % par rapport au revenu moyen de la région.
- **Accès au système d’approvisionnement en eau et eau potable** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage par rapport à la population totale vivant sur la zone géographique dans lequel le projet de développement touristique est proposé. Indicateur : % de la population locale.
- **Accès au système d’évacuation des déchets au niveau familial** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage par rapport à la population totale vivant sur la zone géographique dans lequel le projet de développement touristique est proposé. Indicateur : % de la population locale.
- **Accès au système de traitement des déchets solides et liquides** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage par rapport à la population totale vivant sur la zone géographique dans lequel le projet de développement touristique est proposé. Indicateur : % de la population locale bénéficiaire.
- **Accès au raccordement au réseau électrique** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage par rapport à la population totale vivant sur la zone géographique dans lequel le projet de développement touristique est proposé. Indicateur : % de la population locale.
- **Accessibilité par route pendant toute l’année** : Il s’agit de savoir dans qu’elle mesure les infrastructures touristiques seront accessible non seulement pour les touristes mais également pour leur approvisionnement. Sauf exception (région de forêts par exemple), cette accessibilité doit pouvoir être réalisé par route, étant donné que ce type d’accessibilité permet demeurer le degré d’isolement des populations locales notamment en matière d’accès au soins médicaux.
Indicateur : Oui ou Non.
- **Accessibilité des écoles primaires** : La mesure de ce type d’accessibilité est généralement évaluée à partir du temps de marche pour se rendre depuis les villages qui seront les lieux d’implantation des investissements touristiques à une école primaire. Le temps de marche devant être inférieur à une heure par chemin.
Indicateur : Moins d’une heure de marche.
- **Accessibilité des centres médicaux sociaux** : La mesure de ce type d’accessibilité est généralement évaluée à partir du temps de marche pour se rendre depuis les villages qui seront les lieux d’implantation des investissements touristiques à un centre médico-social. Le temps de marche devant être inférieur à une heure.
Indicateur : Moins d’une heure de marche.

- **Logements décents** : L'indicateur du logement est indispensable pour pouvoir évaluer la pauvreté. Cependant, pour évaluer cet indicateur, il est nécessaire de faire appel à plusieurs éléments tels que la superficie par personnes, les risques d'insalubrité, la précarité des matériaux utilisés ... Dans ces conditions, il convient de définir un pourcentage de logement sur le site choisi pour le projet touristique qui réponde ou non à des normes locales en matière d'habitat.

Indicateur : % de logements satisfaisants aux normes locales

A partir de ces différents ratios, il est possible de proposer un tableau récapitulatif de d'évaluation de la pauvreté destiné à permettre de mieux sélectionner les projets touristiques qui sont proposés aux bailleurs de fonds en fonction de l'objectif de lutte contre la pauvreté.

Le tableau proposé porte sur la mesure des aspects permettant de centrer les projets touristiques sur l'objectif de lutte contre la pauvreté. Cependant, ces critères axés sur la prise en compte de la pauvreté ne doivent pas se substituer aux critères d'intérêt touristique, mais au contraire doivent pouvoir les compléter. En effet, le critère fondamental de sélection d'un projet touristique quel qu'il soit, demeure son attractivité touristique. Ceci signifie, qu'il ne peut pas être possible de réaliser un projet touristique uniquement en fonction de l'objectif de lutte contre la pauvreté.

| INDICE DE PAUVRETE | RATIOS |
|--|--|
| 1. Population vivant au dessous du seuil de pauvreté | 1. % de la population locale |
| 2. Différentiel de revenu par rapport au revenu moyen de la région | 2. % par rapport au revenu moyen de la région |
| 3. Accès au système d'approvisionnement en eau et eau potable | 3. % de la population locale |
| 4. Accès au système d'évacuation des déchets au niveau familial | 4. % de la population locale bénéficiaire |
| 5. Accès au système de traitement des déchets liquides et solides | 5. % de la population locale bénéficiaire |
| 6. Raccordement réseau d'électricité | 6. % de la population locale |
| 7. Accessibilité par route toute l'année | 7. Oui / Non (nombre de semaines) |
| 8. Accessibilité des écoles | 8. Moins d'une heure de marche |
| 9. Accessibilité des centres médicaux sociaux | 9. Moins d'une heure de marche |
| 10. Logements décents | 10. % de la population satisfaisant aux normes locales |

A partir de ces dix indicateurs de base, il est possible de disposer d'une « clé » de répartition des fonds tel que par exemple :

- 50 % des ressources sont affectées aux communautés classées par l'indice comme « extrêmement pauvres »,
- 35 % aux communautés classées comme « pauvres »,
- 15 % aux communautés classées « moins pauvres ».

2 - L'INDICE DE SELECTION DES PROJETS TOURISTIQUES A PARTIR DE L'OBJECTIF DE LUTTE CONTRE LA PAUVRETE

L'indice de sélection des projets touristiques à partir des objectifs de la lutte contre la pauvreté doit permettre de proposer en priorité des projets qui concernent les populations les plus pauvres. Pour cela, aux critères socio-économiques, il convient d'ajouter des critères nouveaux destinés à retenir le plus grand nombre de projets et à s'assurer de la participation et de l'implication des populations les plus pauvres. C'est la raison pour laquelle, la liste des indicateurs sélectionnés pour évaluer les projets touristiques en fonction de la lutte contre la pauvreté comprend notamment des indicateurs de participation, de responsabilisation, de transparence et de plafond maximum de financement.

Les enquêtes conduites par le Groupe Développement ont permis de mettre l'accent sur la **RESPONSABILISATION** dans la sélection des indicateurs d'appréciation des projets touristiques en fonction de la lutte contre la pauvreté. Cette responsabilisation dépend du respect de la **TRANSPARENCE** dans le processus de sélection des projets touristiques qui seront retenus. En effet, l'une des principales difficultés rencontrées par les programmes d'action de lutte contre la pauvreté à partir du financement de projets de développement local est celui du respect de la transparence. L'application du principe de transparence suppose que les communautés puissent avoir accès à l'information concernant l'octroi des contrats ou des subventions et puissent ainsi comprendre pourquoi le contrat X a été préféré au contrat Y.

Pour cela, deux critères principaux peuvent être proposés pour assurer le respect de la transparence. Il s'agit de la participation et de la responsabilisation :

- **LA PARTICIPATION** suppose l'implication directe des communautés locales. Par exemple dans le cas des projets financés par le PRF de Sainte Lucie figure la construction d'une passerelle pour permettre l'accès tout au long de l'année à la communauté villageoise. Cette passerelle a été financée pour un montant de 23 435 dollars des Caraïbes par le PRF auxquels s'ajoutent la fourniture gracieusement de la main d'œuvre par la communauté villageoise qui a permis également, de construire deux cents mètres de routes bétonnées qui bénéficient ainsi socialement et économiquement à 25 familles. Dans ces conditions, la priorité est donnée aux projets qui comprennent une contribution directe de la main-d'œuvre locale au bénéfice de la communauté villageoise. Cependant, dans les cas, où la communauté n'est pas en mesure de d'organiser l'apport en main-d'œuvre pour des raisons par exemples de qualification, les projets peuvent être réalisés en faisant appel à des contractants.
- **LA RESPONSABILISATION** suppose que les projets génèrent des activités et de revenus pour les membres des communautés villageoises à titre individuel et/ou collectifs. Pour cela, les porteurs de projets doivent détenir la responsabilité de la gestion économique, financière et commerciale de leurs activités. C'est par conséquent en fonction de ce critère de responsabilisation que les projets pourront également être sélectionnés ce qui suppose dans le cas du tourisme la vérification précise de l'intérêt touristique de chaque projet afin de s'assurer qu'une demande potentielle existe et pourra se manifester.

A ces deux critères s'ajoute la nécessité compte tenu du fait que les moyens financiers sont toujours limités de fixer un plafond au financement des projets touristiques.

- **LE PLAFOND MAXIMUM DE FINANCEMENT** : L'application du principe d'adéquation entre les moyens à mobiliser et les résultats attendus en matière de réduction de la pauvreté nécessite de déterminer des niveaux de plafonds pour le financement des projets touristiques. Tel est d'ailleurs le cas, dans l'exemple du PRF de Sainte Lucie où les projets éligibles au financement doivent se situer en dessous du montant de 250 000 dollars des Caraïbes.

La fixation de montant maximum permet ainsi de pouvoir financer un nombre plus important de projets et de ce fait d'étendre les bénéficiaires de la lutte contre la pauvreté à une population globale plus importante. En outre, la fixation d'un plafond au financement des projets touristiques doit pouvoir s'accompagner de la poursuite d'objectifs spécifiques en faveur des populations les plus vulnérables notamment en favorisant l'implication des jeunes et permettant de mettre en œuvre des actions d'assistance sociale en faveur des handicapés, des femmes victimes des violences conjugales et des personnes âgées.

La liste des indicateurs retenus est la suivante :

- **Participation des populations les plus pauvres** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est le pourcentage de contribution (généralement sous forme d'apport de travail en nature) des populations pauvres vivant sur la zone géographique et directement bénéficiaire du projet de développement touristique proposé.
Indicateur : % de contribution locale.
- **Responsabilisation des bénéficiaires des projets touristiques** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est l'implication des populations locales bénéficiaires dans la gestion en direct du programme d'investissement touristique :
Indicateur : Gestion en direct OUI / NON.
- **Transparence des procédure d'attribution des aides** : Pour cet indicateur, la mesure proposée ne peut pas être d'ordre quantitatif, mais elle de nature qualitative. Il s'agit de pouvoir vérifier que les procédures d'attribution des aides au projets qui sont sélectionnés comprend ou non la publication des projets des bénéficiaires de façon à mettre l'information à la disposition de l'ensemble des populations locales et à éviter ainsi les risques de contestation.
Indicateur : publication des projets des bénéficiaires OUI / NON.
- **Plafond maximum de financement** : Il s'agit de délimiter un montant maximum de financement des projets touristiques afin de pouvoir faire bénéficier un plus grand nombre des plus pauvres du développement touristique. Dans ce cas, ce montant doit pouvoir être déterminé en fonction de chaque région concernée et en fonction des possibilités des bailleurs de fonds.
Indicateur : Montant variable en devise ou en monnaie locale.

- **Retour sur investissements** : Cet indicateur est fondamental pour s'assurer de la pérennité des projets de développement touristique à sélectionner. En effet, ce n'est pas parce que ces projets concernent les populations les plus pauvres que le critère de rentabilité ne doit pas être pris en compte. Cependant, il est également nécessaire de prendre en compte les difficultés de l'implication des plus pauvres dans le développement touristique qui peut générer parfois des surcoûts par exemple en matière d'éducation. Par conséquent, le taux de retour sur investissement peut être calculé en mois ou année en tenant compte de cette spécificité des projets qui seront sélectionnés.
Indicateur : Nombre d'année ou de mois.
- **Augmentation des revenus monétaires générés** : Il s'agit de délimiter les conséquences attendues du projet sur le revenu monétaire des populations concernées. Cet impact même s'il est faible en terme global, doit représenter un pourcentage important par rapport au revenu antérieur des populations. En effet, s'il s'agit de personnes disposant seulement de \$1 ou \$2 par jour, une augmentation de 50 % à 100 % de ce revenu grâce au développement touristique ne représente en fait qu'un revenu additionnel de l'ordre de \$1 par jour.
Indicateur : % du revenu monétaire de base.
- **Distribution des revenus monétaires générés** : Il s'agit de s'assurer que les revenus attendus du tourisme pourront bénéficier largement aux populations les plus pauvres grâce à une distribution des revenus qui puissent concerner le plus grand nombre de famille. Pour cet indicateur, le nombre de personne impliquées peut être utilisé.
Indicateur : Nombre de familles concernées.
- **Création d'emplois directs et indirects** : Pour cet indicateur, la mesure proposée est celle du nombre d'emplois à plein temps ou à temps partiel qui seront créés par le projet touristique. Il convient de remarquer toutefois que les emplois créés peuvent être dans un premier temps des emplois de nature informelle puisque l'implication des populations les plus pauvres n'est pas toujours possible dans le cadre des emplois traditionnels notamment dans le secteur des CHR.
Indicateur : Nombre d'emplois à plein temps ou à temps partiel créés.
- **Ventes directes auprès des touristes** : Il s'agit de pouvoir mesurer en terme monétaire les revenus additionnels attendus grâce à la vente de produits alimentaires ou d'artisanat aux touristes nationaux ou internationaux
Indicateur : Revenu induit (en devise ou en monnaie locale).
- **Création de micro activités** : La création de micro activités concerne les initiatives individuelles qui permettent de générer des revenus, également souvent de nature informelle, grâce au développement des projets touristiques. Dans ce cas, l'indicateur proposé est celui du nombre de personnes concernées par ces activités.
Indicateur : Nombre de personnes concernées par les micro activités liées au projet touristique.

| PROJETS TOURISTIQUES | RATIOS |
|--|---|
| 1. Participation des populations les plus pauvres | 1. % de contribution locale |
| 2. Responsabilisation des bénéficiaires des projets touristiques | 2. Gestion en direct Oui / Non |
| 3. Transparence des procédures d'appel d'attribution des aides | 3. Publication des projets des bénéficiaires |
| 4. Plafond maximum de financement | 4. Montant en devises ou en monnaie locale |
| 5. Retour sur investissements | 5. Nombre d'années ou de mois |
| 6. Augmentation des revenus monétaires | 6. % du revenu monétaire de base |
| 7. Distribution des revenus monétaires | 7. Nombre de familles concernées |
| 8. Création d'emplois directs et indirects | 8. Nombre d'emplois à plein et mi-temps |
| 9. Ventes directes auprès des touristes | 9. Revenus induits en devise ou en monnaie locale |
| 10. Création de micro activités | 10. Nombre de personnes concernées par le micro activités liées au projet |

A partir de ces dix indicateurs de base, il est possible, à nouveau, de disposer d'une « clé » de répartition des fonds tel que par exemple :

- 50 % des ressources sont affectées aux projets satisfaisants à la totalité des critères.
- 50 % des ressources affectées aux projets satisfaisants aux cinq premiers critères.

N.B. : La principale difficulté rencontrée pour s'assurer que ces conditions préalables sont effectivement remplies est de pouvoir disposer de projets de développement touristique qui présentent des garanties de succès commercial et de viabilité économique. En effet, l'un des principaux problèmes rencontrés dans de nombreux pays en développement et en particulier dans les PMA est l'insuffisance de la demande touristique internationale. Le risque est grand de favoriser des projets touristiques qui vont accroître une offre d'hébergement et de structures d'accueil des touristes internationaux alors que les conditions générales de leur venue ne sont pas réunies du fait des difficultés d'accès aériens, de l'insuffisance de la promotion, du coût des visas, de la mauvaise image touristique des destinations et surtout de l'insuffisance de compétitivité. Dans ces conditions, il convient de souligner que la première condition préalable à tout projet de développement touristique est sa viabilité touristique et l'adéquation produit/clientèle.

3 - LA MESURE DE L'IMPACT DES PROJETS TOURISTIQUES SUR LA LUTTE CONTRE LA PAUVRETE

Le répertoire des bonnes pratiques en vue de lutter contre la pauvreté par le tourisme résulte des analyses conduites par le Groupe Développement avec le concours des pays partenaires et des institutions internationales (ONG et Organisations Internationales). Ce répertoire est basé sur l'évaluation de l'impact des projets de développement touristique sur la pauvreté et sur la détermination de tableaux synthétiques permettant de servir d'outils pour la mise en œuvre des politiques.

Le répertoire des bonnes pratiques destinées à privilégier la lutte contre la pauvreté par le développement touristique doit permettre d'établir une hiérarchie entre les projets touristiques à partir de la mesure de leur impact en faveur des plus pauvres. Deux types d'impacts peuvent être déterminés : d'une part les impacts directs, et d'autre part les impacts indirects qui bénéficient aux plus pauvres dans le cadre de la réalisation de projets touristiques.

- **LES IMPACTS DIRECTS** comprennent notamment la prise en compte du taux de retour sur investissements, la distribution de revenus monétaires aux populations les plus pauvres et les possibilités d'accès aux infrastructures de base.

(1) – Le taux de retour sur investissements

Le taux de retour sur investissements peut paraître à bien des égards davantage une contrainte plutôt qu'un bénéfice en faveur de la réduction de la pauvreté. En effet, le choix d'un investissement touristique en fonction de critères de rentabilité peut dans certaines circonstances être opposé aux nécessités que représentent la lutte contre la pauvreté. Cependant, il convient de remarquer que la réduction de la pauvreté par le développement touristique constitue un enjeu majeur qui ne peut pas être limité à des actions caritatives, mais qui doit pouvoir correspondre à une nouvelle orientation de l'activité touristique dans le cadre des conditions habituelles de gestion des entreprises et du point de vue du respect des ratios financiers. Dans ces conditions, le critère de retour sur investissements constitue pour les populations les plus pauvres associées au développement touristique une garantie de pérennité des activités touristiques dans lesquelles ils sont directement impliqués et de ce fait une garanti que les impacts sur la réduction de la pauvreté seront réels et durables.

Il convient par conséquent de déterminer des ratios d'objectifs de taux de retour qui seront utilisés pour classer les projets touristiques ayant pour but de lutter contre la pauvreté. En fonction des régions et des pays considérés et compte tenu des standards internationaux, un taux de retour compris entre trois et cinq ans devrait pouvoir être retenu.

(2)– La création de revenus monétaires

Il s'agit d'un des objectifs majeurs des programmes de lutte contre la pauvreté grâce au développement touristique. Les populations les plus pauvres, surtout en milieu rural ne dispose souvent que de ressources d'autoconsommation et sont confrontées à une quasi-absence de revenus monétaires. Grâce au tourisme, elles ont la possibilité même en consacrant qu'une partie de leur temps de travail au tourisme de bénéficier d'un complément de revenu monétaire qui peut être proportionnellement très significatif, et souvent supérieur à leur revenu monétaire de base.

Ainsi, un des critères de classification des projets touristiques consiste à retenir le pourcentage de revenu monétaire additionnel provenant du tourisme par rapport au revenu monétaire actuel. Compte tenu des enquêtes réalisées dans les pays partenaires, un montant de revenu monétaire additionnel compris entre 50 % et 100 % du revenu monétaire de base peut être retenu comme critère de classement des projets touristiques ayant pour objectif la réduction de la pauvreté.

(3) – Le développement des infrastructures de base

L'accès aux infrastructures de base constitue également un des objectifs fondamentaux des programmes de lutte contre la pauvreté. La mise en œuvre de projets de création d'infrastructures touristiques, notamment d'hébergements, dans des régions concernées par les problèmes de très grande pauvreté peut permettre ainsi de faire bénéficier les populations locales des infrastructures qui sont mises en place pour permettre le développement touristique. Il s'agit principalement des infrastructures de base considérées comme essentielles avec :

- L'eau potable.
- L'électricité.
- Evacuation des déchets liquides.
- Evacuation des déchets solides.
- L'accès routier en toutes saisons.
- Les télécommunications (téléphone cellulaire ou GSM).

Ces infrastructures obtenues grâce au tourisme constituent pour les populations locales un des moyens essentiels de réduction de la pauvreté à condition toutefois qu'elles puissent en bénéficier à la fois du point de vue du raccordement et aussi des conditions financières permettant de les utiliser effectivement.

Pour cela, les critères de mesure d'impact sur les populations locales ne doivent pas seulement porter sur le nombre ou le pourcentage de la population pouvant bénéficier de l'accès à ces infrastructures mais aussi sur le nombre ou le pourcentage de la population qui utilise ou utilisera effectivement ces facilités.

- **LES IMPACTS INDIRECTS** sont d'une importance essentielle pour la lutte contre la pauvreté parce qu'ils permettent une diffusion plus large du développement de l'activité touristique au profit d'un plus grand nombre de bénéficiaires. Tel est le cas notamment avec les impacts sur les productions agricoles, sur l'artisanat ainsi que sur l'éducation et la formation.

(1) – L'impact sur les productions agricoles

La réalisation de projets de développement touristique principalement en milieu rural doit permettre de fournir des débouchés aux productions principalement vivrières dans les zones d'implantation et ainsi de bénéficier aux communautés agricoles locales.

Or, force est de constater que tel n'est pas forcément le cas. Les enquêtes réalisées, notamment dans certains pays d'Afrique tels que le Cameroun, conduisent à constater que le recours à des achats extérieurs de denrées alimentaires, par exemple de volaille, est courant même lorsqu'il s'agit de fournitures destinées aux communautés rurales afin de fournir des repas aux touristes. Les raisons invoquées ne concernent pas seulement le prix mais aussi les qualités des produits qui doivent correspondre aux attentes des touristes. Il en résulte, que les impacts indirects de l'activité touristique ne correspondent pas forcément aux attentes. Le risque est grand dans ce cas de voir l'impact sur la réduction de la pauvreté être limité aux seuls bénéficiaires directs de l'activité touristique et non aux agriculteurs des communautés agricoles avoisinantes.

Dans ces conditions, l'un des critères d'évaluation et de classement des projets touristiques en fonction de la lutte contre la pauvreté est celui de l'impact sur les productions agricoles locales qui peut être mesuré :

- Soit à partir du pourcentage de produits locaux fournis par rapport à l'ensemble des produits alimentaires achetés pour recevoir les touristes.
- Soit à partir du pourcentage du revenu des agriculteurs provenant de la fourniture de denrées alimentaires aux touristes par rapport aux montants total de leur revenu agricole.

(2) – L'impact sur les productions artisanales

L'impact sur les productions artisanales est particulièrement important dans la mesure où il permet de diversifier les sources de revenus monétaires pour les populations rurales les plus pauvres. En particulier, certaines productions artisanales permettent de valoriser les savoir-faire traditionnels et peuvent ainsi permettre d'accroître non seulement les revenus monétaires mais également les qualifications et les débouchés. Tel est notamment le cas, pour la recherche de nouveaux débouchés pour des produits traditionnels de haute qualité grâce à la transformation en produits de mode, recherchés par une clientèle internationale.

Dans ces conditions, la mesure de l'impact sur les productions artisanales doit être à la fois d'ordre quantitatif en terme de revenu monétaire additionnel et également d'ordre qualitatif en terme de produits nouveaux fabriqués.

(3) – L'impact sur l'éducation et les qualifications

L'impact sur l'éducation et les qualifications constitue un des enjeux principaux en terme d'impact des projets touristiques sur la réduction de la pauvreté. Les recettes provenant du tourisme doivent, en effet, permettre de lutter contre l'analphabétisation afin de permettre d'élever les niveaux de qualification et de ce fait la productivité et le revenu monétaire des communautés locales. Cependant, les enquêtes conduites dans les pays partenaires ont conduit à la constatation que ce type d'impact est souvent plus potentiel que réel. En effet, les mécanismes destinés à utiliser les recettes touristiques pour financer les dépenses d'éducation ne sont souvent utilisés que de façon symbolique.

Dans ces conditions, le classement des projets touristique en fonction de leur impact sur la lutte contre la pauvreté doivent pouvoir être effectué en tenant compte de façon prioritaire de ces critères d'éducation et de formation. Les ratios de mesures de ces impacts peuvent être notamment le nombre ou le pourcentage d'accroissement des adultes ou des enfants pouvant bénéficier de l'alphabétisation et le nombre ou le pourcentage des travailleurs pouvant bénéficier d'un accroissement de leurs qualifications professionnelles.

Tableau d'évaluation de l'impact sur la lutte contre la pauvreté

| IMPACTS SUR LA PAUVRETE | RATIOS |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">INFRASTRUCTURES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revenu monétaire additionnel 2. Eau potable 3. Electricité 4. GSM (Télécommunications) 5. Traitement des déchets 6. Accès routier 7. Impact sur les productions agricoles 8. Impact sur les productions artisanales 9. Impact sur l'éducation et la formation 10. Impact sur l'insertion professionnelle des populations vulnérables | <p style="text-align: center;">EVALUATION DES RATIOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Montant en US \$ par jours 2. % population locale bénéficiaire 3. % population locale bénéficiaire 4. % population locale bénéficiaire 5. % population locale bénéficiaire 6. Oui / Non 7. % du revenu provenant de la vente de produits agricole pour le tourisme 8. % du revenu des ventes aux touristes par rapport au revenu total 9. % de jeunes et/ou d'adultes formés 10. Nombre de mères célibataires bénéficiaires |

Les enjeux que représente la réduction de la pauvreté dans le monde se situent largement au niveau des politiques macro-économiques de développement global et sectoriel. Cependant, un certain nombre d'actions concrètes peuvent être mise en œuvre dès à présent comme le montre les différentes expériences qui ont été identifiées et analysées. Dans ces conditions, la contribution du Groupe Développement aux programmes de lutte contre la pauvreté par le tourisme se situe dans le cadre concret des projets de développement touristique qu'il est possible de soutenir et de faire connaître en tant qu'expérience pilote permettant de valoriser l'impact du tourisme au bénéfice des plus pauvres.

EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES

Les actions doivent, également, porter sur la recherche des moyens permettant d'impliquer les plus pauvres dans le processus de développement touristique de manière à ce qu'ils puissent bénéficier des retombées positives du tourisme sur le plan économique, social et humain.

Dans ce but, le GROUPE DEVELOPPEMENT a mis en place le programme « Associer les plus pauvres au développement touristique ». Ce programme a pour but de déterminer des moyens pratiques permettant l'implication des plus pauvres dans le développement touristique. Pour cela, les projets qui assurent des retombées positives au bénéfice des plus pauvres sont identifiés, analysés de manière à pouvoir être réalisés dans un contexte plus large national et international. Les projets actuellement privilégiés concernent trois principaux domaines d'intervention économique, social et technologique, avec :

- **Intervention économique**

Valoriser les savoir-faire traditionnels au bénéfice des plus pauvres

Développer un tourisme intérieur assurant un revenu pour les plus pauvres.

Assurer des débouchés touristiques aux productions locales du secteur primaire.

- **Intervention sociale**

Donner du travail aux plus pauvres et aux exclus sociaux grâce au tourisme.

Transformer le travail précaire des journaliers en emplois permanents dans le tourisme.

Lutter contre l'analphabétisation et l'illettrisme avec les revenus du tourisme.

- **Intervention technologique**

Permettre l'accès aux nouvelles technologies (TIC) des plus pauvres afin de leur permettre de créer des activités et des emplois dans le secteur touristique.

1 - Les interventions à dominante économique

Les interventions à dominante économique ont pour but principal de favoriser des projets touristiques permettant d'atteindre un développement économique local en faveur des plus pauvres.

Trois types d'interventions économiques ont été analysés à partir d'expériences pratiques de développement touristique permettant de valoriser les savoir-faire traditionnels et d'assurer des débouchés aux productions locales au bénéfice des plus pauvres.

1.1 - La valorisation des savoir-faire traditionnels au bénéfice des plus pauvres

Cette valorisation est basée sur des produits de marque et de qualité qui peuvent permettre la mise en valeur de l'artisanat et des savoir-faire traditionnels basés sur les ressources culturelles et naturelles au bénéfice des populations les plus pauvres. A l'exemple de l'action de la Support Foundation en THAILANDE.

BUT :

Repositionner l'artisanat traditionnel vers des produits de qualité supérieure et recherchés par les designers : L'un des principaux problèmes des productions artisanales est celui du renouvellement de la gamme des produits face à une demande touristique d'objets de souvenirs qui est souvent saturée, notamment lorsqu'il s'agit de visiteurs séjournant plusieurs fois dans le même pays ou dans la même région. Face à ce problème de saturation des débouchés artisanaux traditionnels, il est nécessaire de renouveler les débouchés potentiels. Le but est par conséquent de pouvoir fabriquer et commercialiser des produits de « mode » en associant les firmes internationales spécialisées dans la commercialisation de produits de marque achetés par les touristes et ainsi de procurer de nouveaux débouchés aux productions artisanales au bénéfice des plus pauvres.

OBJET :

L'expérience de la « Support Foundation » créée par la reine Sirikit de Thaïlande constitue une expérience très novatrice permettant par le biais de l'art et de l'artisanat traditionnel d'augmenter le revenu des populations de paysans pauvres du centre du pays. Cette fondation joue un rôle décisif pour obtenir des débouchés aux produits de qualité issus de l'artisanat traditionnel et pouvant être utilisés dans le cadre des fabrications de prestige. Ces produits haut de gamme sont directement vendus aux visiteurs du Palais Royal de Bangkok et par un réseau de boutiques dans l'ensemble du pays. De plus le principal responsable des achats du groupe JIM THOMPSON (principale marque de produits de luxe en Thaïlande) se fournit en soieries élaborées par les tisserands de la fondation pour cette fabrication de prestige. Enfin, pour bénéficier du savoir-faire des populations de la région, Jim Thompson a également construit une usine à Pak Thong Chai à proximité des producteurs artisanaux. Cette expérience permet ainsi de vendre des produits à forte valeur ajoutée aux touristes internationaux en plus de l'artisanat traditionnel.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

L'impact pour les plus pauvres est considérable en permettant d'accroître considérablement les débouchés pour les populations pauvres du Nord-est de la Thaïlande grâce aux débouchés provenant de la fréquentation touristique non seulement dans la région de production, mais surtout dans l'ensemble du pays. La fabrication de vêtements en soie traditionnelle associée au travail des meilleurs stylistes permet de vendre des vêtements intégrés au phénomène de mode et qui deviennent ainsi plus attractifs commercialement. La fondation grâce au prestige de la reine de la Thaïlande et au travail des stylistes a ainsi pu intéresser le groupe Jim Thompson en Thaïlande et d'autres groupes à l'étranger tel que Balmain, ce qui assure des débouchés importants et de prestige ainsi que l'accès au marché représenté par le tourisme international. Ces entreprises peuvent trouver avantage à orienter leur politique d'achat de matières premières travaillées destinées à leur production de prestige en favorisant la mise en valeur des savoir-faire traditionnels basés sur les ressources culturelles et naturelles. Enfin, cette expérience permet de développer un tourisme de visite des centres artisanaux dans la région de production avec le développement de structures d'hébergement et de restauration.

1.2 – Le développement d'un tourisme intérieur assurant un revenu pour les plus pauvres

Le tourisme intérieur peut devenir, dans les pays en développement, un important facteur de distribution de revenus en faveur des communautés les plus pauvres notamment dans les zones rurales isolées tel que le montre l'expérience des communautés villageoises du Parc de Gunung Halimun en INDONESIE.

BUT :

Associer les possibilités de développement du tourisme intérieur à la lutte contre la pauvreté dans le cadre de l'aménagement de structures d'hébergement dans les communautés rurales isolées.

OBJET :

L'expérience du Parc National de Gunung Halimun dans Java central en Indonésie constitue une expérience très importante dans laquelle le tourisme intérieur peut servir de base à la diffusion d'un revenu monétaire à des communautés rurales qui n'ont pas la possibilité de vendre leurs produits agricoles sur les marchés du fait de leur isolement. Tel est le cas, dans le parc de Gunung Halimun où l'accès aux villages des communautés indigènes nécessite une journée complète de marche ou plus de quatre heures de trajet en véhicule tout terrain. Dans ce cas, la création de structures d'hébergement permet d'accueillir les randonneurs pour une ou plusieurs nuits et assure un débouché sur place aux denrées alimentaires produites sur place.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Les communautés locales assurent la totalité des services d'accueil des touristes de passages qui proviennent soit de la région, soit de Jakarta. La fréquentation provenant du tourisme intérieur est généralement limitée aux fins de semaines ce qui permet d'assurer toutefois un revenu essentiel aux communautés indigènes. En effet, dans le cas des villages se situant sur le Parc de Gunung Halimun, avec un taux de remplissage de l'ordre de 15 % (qui ne correspond pas aux normes du secteur touristique marchand) les revenus du tourisme représentent plus de 50 % du total des revenus de ces communautés. Dans ces conditions, un des moyens importants d'associer développement touristique et lutte contre la pauvreté consiste à renforcer le tourisme intérieur aux bénéfices des communautés rurales isolées qui n'ont pas, du fait des difficultés de transport, la possibilité de vendre leurs productions agricoles sur les marchés urbains.

1.3 – La mise en place de procédés spécifiques permettant d'assurer des débouchés touristiques aux productions locales du secteur primaire

Les hôtels internationaux peuvent être à l'origine de l'organisation de la production agricole et de la pêche au bénéfice des communautés rurales situées à proximité des établissements touristiques tel que le montre le cas des contrats de fournitures en produits locaux aux hôtels des SEYCHELLES.

BUT :

Permettre aux communautés locales demeurant à proximité d'établissements hôteliers internationaux de devenir des fournisseurs permanents de produits de l'agriculture, de l'élevage et de la pêche pour l'approvisionnement des touristes.

OBJET :

Un grand nombre d'établissements hôteliers implantés dans les pays en développement n'ont pas la possibilité de se fournir auprès de producteurs locaux en produits alimentaires. Deux problèmes principalement se posent : d'une part des problèmes de sécurité alimentaire du point de vue des normes sanitaires, d'autre part des problèmes de régularité des approvisionnements tout au long de l'année. Face à ce problème, les hôtels Plantation et Coral Strand à Mahé aux Seychelles constituent des expériences d'intégration des productions locales qui peuvent servir de référence pour de nombreux pays de niveau de développement touristique moins avancé. L'hôtel Plantation a permis grâce à une aide à l'investissement en faveur des pêcheurs locaux de favoriser le développement d'activité régulière de pêche au profit des populations locales résidents à proximité de l'établissement en avançant les moyens pour financer l'achat de certains équipements tels que par exemple des bateaux de pêche. L'hôtel Coral Strand a conclu une politique de partenariat de long terme basé sur des contrats d'approvisionnement annuels à prix fixe avec des pêcheurs et des agriculteurs locaux qui fonctionne depuis plus de dix ans et qui offrent ainsi des débouchés réguliers.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Les établissements hôteliers de grande capacité ne peuvent pas, compte tenu des volumes nécessaires pour l'approvisionnement de leur clientèle, se fournir en produits frais sur le marché local. Le partenariat basé sur l'approvisionnement auprès des communautés locales de proximité leur permet de se consacrer aux travaux agricoles et de la pêche ce qui n'était pas possible antérieurement du fait de l'insuffisance des débouchés locaux. Les communautés pauvres bénéficient de débouchés assurés pour leur production et peuvent par conséquent investir à moyen terme pour développer leurs activités et leurs revenus.

2 - Les interventions à dominante sociale

Les interventions à dominante sociale ont pour but principal de favoriser des projets touristiques permettant d'apporter directement une contribution à la lutte contre l'exclusion sociale des plus pauvres grâce au développement touristique.

Trois types d'interventions sociales ont été analysés à partir d'expériences pratiques de développement touristique permettant de donner du travail aux exclus sociaux et aux personnes en situation de précarité et permettant de lutter contre l'analphabétisation.

2.1 – Les actions permettant de donner du travail aux plus pauvres et aux exclus sociaux grâce au tourisme

La fourniture des produits d'accueil offerts par les chaînes hôtelières internationales à leurs clients privilégiés peut être commandée à des coopératives ou à des entreprises luttant contre l'exclusion sociale et la pauvreté, tel que le montre le cas de coopératives de travailleurs handicapés moteurs au Mozambique.

BUT :

Associer les chaînes hôtelières internationales à la lutte contre la pauvreté dans le cadre de leur politique d'achat de produits d'accueil destinés aux VIP et aux participants à des congrès et séminaires.

OBJET :

L'expérience de l'hôtel Holiday Inn de Maputo (MOZAMBIQUE) constitue une expérience très prometteuse qui peut sous certaines conditions être généralisée. L'hôtel Holiday Inn a pris une initiative pour apporter sa contribution à la lutte contre la pauvreté et l'exclusion qui consiste à se fournir en produits d'accueil pour ses clients privilégiés auprès d'une coopérative créée par des handicapés moteurs qui au Mozambique ne peuvent avoir accès à aucune aide publique pour assurer leur subsistance. C'est ainsi que la coopérative « ARTEDIF » qui emploie des personnes invalides peut vendre chaque année des produits d'artisanat qui sont utilisés pour accueillir les touristes internationaux sur leurs lieux de séjour.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

La coopérative produit différent objet traditionnel d'artisanat local tel que des Boites en bois ou de coupe papiers qui sont offerts par l'hôtel aux clients VIP ou participants à des congrès ou à des séminaires. Cette vente, directement à l'hôtel de la chaîne Holiday Inn permet d'assurer un débouché non négligeable à la coopérative et constitue de plus un revenu régulier pour les plus pauvres.

2.2 – Les programmes de formation destinés à transformer le travail précaire des journaliers en emplois permanents dans le tourisme

Les investissements hôteliers, qui sont à l'origine de la création d'emplois temporaires dans le secteur du bâtiment, peuvent faire l'objet de politiques spécifiques destinées à pérenniser ces emplois en les transformant en emplois touristiques permanents à l'exemple de la politique d'insertion, d'adaptation et de reconversion des jeunes en Tunisie.

BUT :

Associer les investisseurs hôteliers internationaux à la lutte contre la précarité des emplois sans qualification dans les pays en développements.

OBJET :

La politique poursuivie par la Tunisie constitue une expérience très originale de lutte contre la pauvreté en permettant de transformer les emplois précaires des ouvriers sans qualification du secteur du bâtiment en employés permanents du secteur touristique. Dans ce cas, les ouvriers non qualifiés qui sont employés à titre temporaire sur les chantiers de construction d'établissements hôteliers ont les possibilités de suivre des stages de formation qui leur permettent d'être avec l'ouverture des nouveaux hôtels employés dans ces hôtels de façon permanentes. Pour cela, un outil spécifique a été créé avec le FIAP (Fonds d'insertion et d'adaptation professionnelle) qui permet à des entreprises de reconvertir les employés des chantiers de bâtiment en employés qualifiés et ainsi de les intégrer durablement dans le secteur. A cela, s'ajoute le programme du fonds 21-21 qui permet aux entreprises touristiques d'engager des jeunes pour des travaux d'utilité publique en relation avec le tourisme tels que les travaux de nettoyage et d'embellissement ce qui permet d'accroître les possibilités d'insertion professionnelle. Ainsi, l'expérience de la Tunisie peut servir ainsi d'exemple pour la mise en place de programme de formation spécialement adapté à ce type travailleur non qualifié du bâtiment.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Le lien entre lutte contre la précarité et la création de nouveaux emplois doit pouvoir être établi dès le début du chantier de façon à intégrer les actions de formation en même temps que la poursuite des travaux de construction. Il s'agit par conséquent d'un moyen qui permet d'assurer un revenu permanent à ces employés qui constitue une action très importante de lutte contre la précarité et la très grande pauvreté. D'autant plus que ces actions peuvent bénéficier d'un accès à des crédits spécifiques accordés en Tunisie par la BTS (Banque Tunisienne de Solidarité) qui consent des crédits pour la création de petits projets touristiques.

2.3 – Favoriser la participation des étudiants aux projets de développement touristique

La lutte contre l'analphabétisation et l'illettrisme peut faire partie intégrante des programmes de développement touristique, notamment dans les pays à forte population à l'exemple de l'Indonésie où la participation des étudiants permet d'aider les populations les plus pauvres pour conduire des projets touristiques.

BUT :

Apporter une aide technique aux populations pauvres dans le but de développer des projets touristiques et de les gérer

OBJET :

A la suite de l'analyse des besoins destinés à favoriser le développement touristique au profit des communautés rurales défavorisées et afin de lutter contre la pauvreté grâce au tourisme, le CENTER FOR TOURISM STUDIES de l'Université Gadjah Mada de Yogyakarta en Indonésie a mis en place un programme original qui pourrait être reproduit à la fois dans les pays en développement, y-compris les P.M.A. et dans les pays industrialisés. Ce programme consiste à utiliser les stages obligatoires que doivent effectuer les étudiants de l'Université Gadjah Mada pendant une période de six mois en milieu rural pour apporter une assistance technique à la mise en place de projets de développement touristique dans les zones rurales défavorisées. C'est ainsi que des groupes de 4 à 6 étudiants séjournent pendant la durée de leur stage dans ces communautés et sont responsables de la mise en œuvre de projets de développement touristique. Chaque année, plus de 5 000 étudiants de l'Université Gadjah Mada de Yogyakarta sont envoyés en stage dans le cadre des projets de développement rural qui inclut désormais les aspects de développement touristique au bénéfice des populations les plus pauvres. Dans le cas du Center For Tourism Studies, ces stages font partie intégrante du cursus de formation et donc du diplôme qui est délivré aux étudiants à la fin de leurs études. Pour chaque pays en développement, ce type de programme peut concerner plusieurs centaines et même parfois milliers d'étudiants chaque année, avec un impact très important sur les populations.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Les bénéficiaires directs du projet se composent des populations rurales pauvres qui disposent de potentialités touristiques susceptibles de réaliser des projets touristiques économiquement viables et pouvant apporter un revenu complémentaire aux plus pauvres. Pour un projet type le montant de l'aide est essentiellement composé de l'apport des stagiaires qui bénévolement apportent leur expérience en matière de réalisation des projets touristiques et qui travaillent concrètement avec les populations locales à la réalisation du projet pendant une durée suffisamment longue (6 mois), de telle sorte que les premiers bénéfices du projet puissent être dégagés avant la fin du stage.

3 - Les interventions à dominante technologiques

Les interventions à dominante technologiques ont pour but principal de favoriser l'utilisation des nouvelles technologies liées au tourisme pour contribuer à la lutte contre la pauvreté.

Deux types d'interventions sociales ont été analysés à partir d'expériences pratiques de développement touristique permettant de donner l'accès aux nouvelles technologies (TIC) au bénéfice des plus pauvres afin de leur permettre de créer des activités et des emplois dans le secteur touristique.

3.1 - Permettre un développement touristique au bénéfice des plus pauvres grâce à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information (TIC)

Le développement touristique qui était jusqu'à présent inaccessible aux populations de nombreux pays en développement, dans le cadre des circuits conventionnels de commercialisation, peut le devenir grâce à l'accès aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, comme le montre l'exemple de l'application des TIC en appui aux initiatives de développement touristique en Equateur.

BUT :

Développer de nouveaux outils et des réseaux basés sur l'application des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en appui aux initiatives de développement touristique. Les TIC permettent de connecter en temps réel la chaîne des producteurs, fournisseurs et consommateurs de prestations touristiques.

OBJET :

L'expérience de Kapawi est basée sur un produit d'éco-lodge commercialisé sur le marché touristique local et international et positionné en tant que produit touristique haut de gamme qui est co-géré par les communautés ACHUAR dans la région de Morona Santiago en Amazonie équatorienne. L'utilisation des TIC et la commercialisation en réseau permet aux communautés locales d'acquérir une meilleure visibilité sur le marché touristique et d'être connectés en permanence avec les professionnels du tourisme pour la promotion et la commercialisation de leur produit. Cependant, la principale originalité consiste à avoir obtenu un lien INTERNET avec des compagnies aériennes qui permet d'atteindre directement la clientèle touristique internationale au bénéfice des plus pauvres.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Grâce à la coopération avec le site de compagnies internationales disposant de réseaux d'alliances, l'utilisation des TIC apporte réellement une solution au développement touristique de ces communautés très isolées, au bénéfice des ces populations les plus pauvres. De plus, cette expérience peut sous certaines conditions être généralisée comme le montrent les expériences de l'archipel des San Blas au Panama avec la compagnie aérienne régionale TACA.

3.2 - Répondre aux impératifs d'accueil des touristes grâce à l'utilisation des nouvelles technologies de production énergétique

Le tourisme était pendant longtemps quasiment impossible à développer jusqu'à présent dans de nombreuses régions isolées faute d'infrastructures de base, notamment énergétique. Les nouveaux systèmes notamment d'énergie solaire peuvent permettre aujourd'hui de réaliser des investissements touristiques dans des zones même difficilement accessibles au bénéfice des plus pauvres telle que le montre l'exemple de l'utilisation de l'énergie solaire à Djibouti.

BUT :

Permettre de développer des infrastructures d'accueil des touristes internationaux dans des zones désertiques isolées grâce à de nouveaux systèmes technologiques de production d'énergie solaire.

OBJET :

L'expérience de l'éco-station d'ASSAMO au sud de la république de Djibouti, proche de la Somalie est basée sur la conjonction de deux facteurs qui permettent de faire bénéficier les populations locales de chameliers très pauvres des retombées du tourisme. Il s'agit d'une part d'une ressource naturelle de caractère exceptionnel « la gazelle Beira » qui n'existe que dans cette région du monde, et d'autre part d'une structure de tourisme associatif au bénéfice des populations locales. Grâce à l'équipement en nouveau système de production d'énergie solaire, cette association pourra créer une éco-station touristique avec des bénéfices et un impact économique beaucoup plus important aux bénéfices des populations locales.

BENEFICE POUR LES PLUS PAUVRES :

Grâce à ce nouveau type d'équipement, il devient possible de d'offrir des possibilités d'hébergement touristique en adéquation avec le minimum de services qui est demandé par les touristes internationaux mêmes lorsqu'il s'agit du tourisme de découverte et d'aventure. Ces équipements permettent ainsi de faire séjourner les touristes sur les lieux d'intérêt touristique où peuvent se trouver des attractions majeures telle que la Gazelle Beira de Djibouti, ce qui permet de faire bénéficier les populations locales de ce type d'avantages absolus ou quasi absolus.

PARTENARIATS POUR L'ACTION

L'ensemble des expériences et des pratiques analysées par le GROUPE DEVELOPPEMENT constitue les bases des programmes d'action à mettre en place pour aider à la réalisation de nouveaux produits touristiques associant les plus pauvres et pouvant être commercialisés sur les marchés internationaux. Dans ce but, un partenariat pour l'action doit permettre de soutenir des projets locaux dans les domaines et selon les pratiques identifiées, de telle sorte que les investissements touristiques génèrent des retombées positives au bénéfice des plus pauvres.

Un partenariat pour l'action est proposé par le GROUPE DEVELOPPEMENT dans le but de jouer un rôle directement opérationnel pour permettre la Généralisation de ces pratiques dans d'autres pays en développement au bénéfice des populations les plus pauvres.

Pour cela, les actions suivantes peuvent être, notamment, poursuivies :

- La coopération internationale et l'action des organisations internationales.
- Le soutien aux micro-projets.
- Le partenariat avec les opérateurs touristiques.
- L'appui aux capacités.
- La mobilisation des fonds pour la mise en place des politiques macro-économiques et sectorielles d'accompagnement.

1- La coopération internationale

La coopération internationale dans laquelle les organisations internationales jouent un rôle central correspond au domaine privilégié pour diffuser les pratiques permettant au secteur touristique de contribuer plus efficacement à la lutte contre la pauvreté.

Dans ce but, une collaboration étroite entre ONG et Organisations internationales mondiales et régionales peut être le moyen à la fois de diffuser l'information, mais surtout de l'appliquer :

- Les Organisations Internationales se chargeant de mettre en place d'une part, une sensibilisation des responsables gouvernementaux et professionnels avec l'organisation de séminaires techniques, et d'autre part un contrôle des actions entreprises afin de s'assurer que l'objectif de lutte contre la pauvreté est effectivement atteint de façon prioritaire.
- Les O.N.G. se chargeant d'aider à la mise en place d'actions concrètes de développement touristique axées sur la lutte contre la pauvreté et l'exclusion à partir des types d'interventions économiques, sociales et technologiques préalablement définies.

Pour cela, un cadre d'actions concertées est actuellement mis en place à l'instigation de l'OMT avec le programme ST-EP. Ce cadre peut ainsi servir d'amorce à une structuration plus large de la coopération internationale visant à lutter plus efficacement contre la pauvreté grâce au tourisme, en créant les conditions pour développer des partenariats de long terme notamment entre les établissements touristiques et les communautés locales.

2 – Le soutien aux micro-projets

Les micro-projets permettent de créer au bénéfice des plus pauvres des infrastructures d'hébergement pouvant être utilisées pour le développement du tourisme intérieur et international avec notamment l'utilisation de nouvelles technologies. Le soutien aux micro-projets peut par conséquent être considéré comme une voie privilégiée pour déterminer les moyens les plus efficaces de lutte contre la pauvreté par le tourisme. Ces soutiens permettent également de mettre en œuvre des actions concrètes de développement touristique dans certaines zones touristiques des pays en développement.

A cet égard, un certain nombre de micro-projets ont été identifiés par le « Groupe Développement » qui pourront donner lieu à des actions précises associant développement touristique et lutte contre la pauvreté. Ces projets peuvent être récapitulés dans le tableau suivant

3 – Le partenariat avec les opérateurs touristiques

Les problèmes actuels qui résultent des inégalités dans les transactions commerciales internationales en matière de tourisme rendent nécessaire la recherche des moyens permettant d'améliorer les relations entre les prestataires de services des pays en développement, et les opérateurs des pays consommateurs. Pour cela, un développement touristique durable doit être considéré comme la priorité afin de pouvoir bénéficier des possibilités offertes par la forte croissance prévue du tourisme mondial. A cet effet, il est de plus en plus urgent de trouver des solutions pour assurer la pérennité des activités des entreprises prestataires de services touristiques dans l'ensemble des pays en développement. La Tour Opérateurs Initiative mise en place par le PNUE et l'OMT constitue de ce point de vue une base très importante qui pourrait être étendue par delà les considérations environnementales à la lutte contre la pauvreté. De plus, une participation des autres opérateurs de la chaîne touristique (Hôteliers, hébergements touristiques, transporteurs ...) paraît également souhaitable et particulièrement importante.

Les partenariats avec les opérateurs touristiques en matière de lutte contre la pauvreté peuvent se développer notamment dans le cadre des actions suivantes qui correspondent aux interventions économiques, sociales et technologiques qui ont été identifiées :

- **Partenariats pour une nouvelle approche du soutien aux productions artisanales** en favorisant notamment les coopératives ou les entreprises créées au bénéfice des plus pauvres qui sont susceptibles de fabriquer des matières premières travaillées qui pourront être intégrées dans le processus de fabrication de produits de qualité, de prestige et de mode destinée à être commercialisées auprès des touristes internationaux et auprès des firmes internationales.

- **Partenariat en faveur des coopératives ou des entreprises pouvant fabriquer les produits d'accueil** créés aux bénéfices des plus pauvres et achetés par les hôtels ou d'autres opérateurs touristiques, en recherchant les moyens pratiques de l'étendre dans le cadre de la politique globale de ces chaînes.
- **Partenariat portant sur le soutien spécifique aux projets de développement touristique susceptible de servir de support aux actions de lutte contre l'analphabétisation** en créant au bénéfice des plus pauvres des structures sociales et éducatives.
- **Partenariat sur les moyens pratiques d'étendre à d'autres pays en développement**, la méthode employée en Tunisie dans le cadre des chantiers de construction touristique pour lutter contre la précarité des emplois au bénéfice des populations les plus pauvres.

4 – L'appui aux capacités

L'appui aux capacités dans les pays en développement, et en particulier dans les PMA doit permettre de rendre effectif un nouveau partenariat dans les transactions commerciales internationales en s'appuyant sur les facteurs principaux qui sont le renforcement de la capacité de négociation des pays en développement, la mise en place de nouveaux aspects de partenariat international et le développement du rôle des administrations nationales du tourisme.

- **Le renforcement de la capacité de négociation des pays en développement.** Le renforcement de la capacité de négociation des pays en développement constitue une des aspects majeurs de la mise en place d'un meilleur partenariat dans les transactions commerciales internationales touristiques. Cependant, ces nouvelles capacités de négociation ne doivent pas être considérées dans le cadre d'un affrontement à l'encontre des opérateurs touristiques des pays émetteurs notamment vis à vis des voyagistes. Il s'agit au contraire de rechercher des solutions qui peuvent permettre d'apporter des solutions aux problèmes rencontrés également par les voyagistes qui doivent chercher aussi des moyens d'accroître leur rentabilité. Ce meilleur partenariat dépend par conséquent de la mise en place d'une nouvelle coopération horizontale et verticale impliquant des scénarios positifs de croissance du secteur touristique notamment par une valorisation des produits touristiques. A cet égard, l'action de la CNUCED, notamment dans le cadre de la négociation du GATS avec le soutien de l'OMT est essentielle pour obtenir une meilleure prise en compte des problèmes spécifiques des pays en développement.
- **La coopération horizontale et verticale entre prestataires de services.** La coopération horizontale entre prestataires locaux de services touristiques constitue peut être le point crucial de toute négociation commerciale. Il s'agit pour les prestataires locaux de se regrouper lors des négociations avec les voyagistes afin de bénéficier d'un effet d'échelle face à des acheteurs qui représentent un poids considérable. Ce type de coopération est particulièrement difficile à mettre en place pour des entreprises, par exemple dans l'hôtellerie, qui sont individuelles ou de petites dimensions et qui se trouvent dans une situation de concurrence.

C'est la raison pour laquelle la concertation entre prestataires locaux est souvent réduite au minimum et ne permet pas d'obtenir des conditions plus favorables vis à vis des voyageurs. Cependant, cette coopération horizontale en étant organisée plus fortement peut devenir un outil indispensable de la négociation commerciale. Cette coopération horizontale et verticale entre prestataires locaux de services touristiques est un des domaines les plus difficiles des négociations commerciales internationales mais peut être un des plus prometteurs dans la mesure où il implique un nouveau type de partenariat qui peut servir de référence à l'utilisation de nouveaux contrats types entre prestataires locaux et voyageurs.

- **La spécialisation sur des produits à haute valeur ajoutée.** La spécialisation internationale dans des produits à plus forte valeur ajoutée et de qualité supérieure peut également être considérée comme une des stratégies les plus efficaces pour renforcer la capacité de négociation des pays en développement. En outre, ce type de stratégie peut bénéficier à la fois aux prestataires locaux mais aussi aux voyageurs des pays émetteurs qui ont intérêt à commercialiser des produits plus rémunérateurs. Pour réaliser concrètement un meilleur partenariat dans les transactions commerciales internationales touristiques, il conviendrait de rechercher les moyens pratiques de réaliser une véritable coopération horizontale ou verticale entre prestataires locaux et de déterminer les créneaux susceptibles de servir de base au développement de nouveaux produits touristiques de qualité susceptible de différencier l'offre touristique sur le marché international.
- **L'aide technique à la négociation commerciale et l'observation des prix et des transactions commerciales.** Le rôle des ANT est également de répondre aux besoins de formation des prestataires de produits touristiques afin de renforcer leur capacité technique dans les négociations commerciales internationales. Cette action en matière de formation peut être considérée comme essentielle puisqu'elle peut permettre notamment de mieux utiliser les nouveaux outils de marketing et de vente. Il en est de même pour l'observation des prix et des transactions commerciales qui permet aux ANT d'informer les différents partenaires du tourisme des évolutions de prix ainsi que de la concurrence.
- **L'adoption de nouveaux contrats types.** La question des nouveaux contrats types utilisables dans les négociations entre prestataires locaux et voyageurs dépend largement de la mise en place par les ANT de critères de sélections des projets et des investissements touristiques. Dans la mesure où les nouveaux projets et investissements touristiques seront retenus par les ANT et les autorités locales à partir de critères compatibles avec les objectifs d'un développement durable et responsable, les termes de la négociation commerciale internationale seront largement modifiés. A cet égard, il existe une communauté d'intérêts réciproques entre les ANT et les voyageurs qui ont tous deux pour but de stabiliser et de fidéliser leur clientèle touristique. Dans ce but, il est important de pouvoir préciser les critères environnementaux, sociaux et économiques qui devront être privilégiés pour être ensuite intégrés de façon pratique dans les exigences des ANT et des autorités locales ainsi que dans les dispositions des contrats commerciaux internationaux dans le cadre d'un partenariat de long terme avec les voyageurs.

5 – La mobilisation des fonds pour la mise en place des politiques macro-économique et sectorielle d'accompagnement

L'appui aux capacités dans les pays en développement ne peut remplacer la mise en place de politiques macro-économiques et sectorielles ayant pour objectif de faciliter et d'accompagner le développement touristique. En effet, sans ces politiques globales, l'addition des microprojets ne peut pas répondre aux problèmes de la pauvreté dans son ensemble qui concerne aujourd'hui plus d'un milliard de personnes.

C'est pourquoi, une politique de lutte contre la pauvreté par le tourisme nécessite la poursuite simultanément de deux axes stratégiques l'aide aux microprojets et la mise en place des politiques macro-économiques d'accompagnement du développement touristique.

Les mesures de politique économique portent sur deux domaines principaux, d'une part les taux d'intérêts et l'accès au crédit et d'autre part les infrastructures de transport, d'eau et d'électricité.

- Les taux d'intérêts et les conditions d'accès au crédit constituent dans un grand nombre de pays en développement et notamment dans les PMA un obstacle majeur à toute forme de développement touristique y-compris les microprojets. En effet, même pour les petits investissements, les moyens financiers à mobiliser demeurent dans le tourisme et les hébergements supérieurs à ceux du petit commerce ou de l'artisanat. Or les taux d'intérêt pour le secteur touristique sont généralement extrêmement élevés dans la plupart des pays en développement ce qui a pour effet de remettre en cause la rentabilité des investissements touristiques notamment dans les PMA. Par exemple, les taux d'intérêts peuvent atteindre plus de 15 % en dollars dans certains PMA d'Afrique tels que par exemple la République de Djibouti. A cet égard, une analyse comparative entre le niveau des taux d'intérêts pour le financement des investissements touristiques dans les pays industrialisés et dans les pays en développement permettrait de mesurer précisément cet obstacle qui a des conséquences très graves pour la lutte contre la pauvreté grâce au développement touristique.
- L'insuffisance des infrastructures notamment de transports nationaux et internationaux, de service des eaux et d'électricité constitue également un obstacle majeur au développement touristique dans de nombreux pays en développement et en particulier dans les PMA. Il en résulte que ces pays ne peuvent fournir aux investisseurs touristiques les infrastructures de base nécessaire au développement de leur activité. Il s'en suit la quasi-impossibilité de s'appuyer sur le développement touristique pour réduire la pauvreté.

Dans ces conditions, la mise en place de programmes de coopération internationale destinés à lutter contre la pauvreté par le développement touristique ne peut méconnaître cette réalité. Il en résulte que le tourisme doit devenir un élément de base des politiques structurelles de développement économique dans les pays en développement et dans les PMA en s'intégrant dans les programmes de coopération mise en place par le FMI et la Banque Mondiale.

REFERENCES

- Commission des Nations Unies pour l'Asie et le Pacifique, (ESCAPE), Poverty alleviation through sustainable tourism development, Bangkok, 2003
- Commission des Nations Unies pour l'Asie et le Pacifique, (ESCAPE), Promotion of investment in tourism infrastructure, Bangkok, 2001
- Commission des Nations Unies pour le Commerce et le Développement, (CNUCED), Tourism in the least developed countries, Genève, 2001
- Groupe Développement, Grille de lecture à partir des indicateurs du tourisme durable, Paris – Le Bourget, 2000
- Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), Le tourisme et la réduction de la pauvreté, Recommandations pour l'action, Madrid 2004
- Organisation Mondiale du Tourisme, Développement durable de l'écotourisme, : Recueil des bonnes pratiques, Madrid, 2003
- P.N.U.E., Tour Operator Initiative , Paris 2003
- Support Foundation, The Support Foundation and Handicraft, Bangkok, 2003
- U.N.E.S.C.O., The effects of tourism on culture and the environnement, Tourism and heritage site management in the world heritage town of Luang Prabang, Laos, Bangkok, 2004