



MASTER TOURISME

Parcours « TIC appliquées au Développement des Territoires Touristiques »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Les nouvelles technologies au service du tourisme solidaire en Haïti

Présenté par :

Sabrina Narcisse

Année universitaire : **2019 – 2020** Sous la direction de : **Laurence Lafforgue**

Les nouvelles technologies au service du tourisme solidaire en Haïti

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propre à leur auteur(e) ».

REMERCIEMENTS

J'adresse mes remerciements tout d'abord à mon maitre de mémoire, Laurence Lafforgue, pour ses précieux conseils et son soutien dans mon travail. Elle a su être à mon écoute, me guider et me rassurer tout au long de ce travail.

Je tiens à remercier l'ensemble du corps enseignant de l'HISTHIA qui grâce à leurs différents cours, j'ai pu enrichir mes recherches.

Je remercie également, en particulier Marcel qui était là pour moi à chaque fois pour me remonter le moral, me faire reprendre confiance en moi et qui a aussi spécialement pris le temps de relire mon mémoire, et m'a encouragé et soutenu tout au long de cette année.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE.....	6
INTRODUCTION GENERALE.....	7
<i>PARTIE I : LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME EN HAÏTI - ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES</i>	11
CHAPITRE 1 : Les fluctuations de l'activité touristique en Haïti	13
CHAPITRE 2 : les limites du tourisme de masse	22
CHAPITRE 3 : la mise en place de stratégies axées sur le tourisme solidaire en Haïti	29
<i>PARTIE II : LA CONTRIBUTION DES TIC AU DÉVELOPPEMENT DU TOURISME SOLIDAIRE EN HAÏTI</i>	46
CHAPITRE 1 : L'analyse des données territoriales comme vecteur de fédération des acteurs impliqués dans une offre touristique	48
CHAPITRE 2 : Mise en place d'un outil numérique de valorisation touristique du territoire	54
<i>PARTIE III : LE CAS DU RENAPROTS : UN RESEAU D'ACTEUR DU TOURISME SOLIDAIRE DANS LE DEPARTEMENT DE JACMEL (SUD-EST D'HAÏTI)</i>	60
CHAPITRE 1 : Présentation du département de Jacmel et du réseau RENAPROTS.....	61
CHAPITRE 2 : La méthodologie probatoire proposée.....	75
CONCLUSION GENERALE	82
BIBLIOGRAPHIE	84
TABLE DES FIGURES	87
ANNEXES	88
TABLE DES MATIERES	92

INTRODUCTION GENERALE

« Le véritable voyage de découverte ne consiste pas à chercher de nouveaux paysages, mais à chercher de nouveaux yeux ».

Marcel Proust

Le tourisme représente dans le monde l'un des secteurs qui croît le plus rapidement et de façon continue. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme mondiale (ci-après OMT), le tourisme est l'un des secteurs qui a la plus forte croissance économiquement. Il représente alors 12% du PIB mondial et 6,5 % du commerce mondial. Annuellement, le tourisme franchit la barre en chiffres en termes d'arrivées, nous avons pour exemple en 2017(OMT) la plus forte hausse avec une augmentation de 7% et a atteint le seuil de 1326 millions d'arrivées alors que l'année 2000 le seuil était aux environs de 700 millions d'arrivées, plutôt encore en 1950, les arrivées touristiques étaient seulement au nombre de 25 millions. Cela montre, en effet, combien ce secteur est dynamique et représente un enjeu économique de taille.

Mais depuis ces dernières années, une attention particulière est portée sur le tourisme durable et l'intégration des communautés. En 2014, l'OMT a mis en avant le thème du « Tourisme et développement communautaire » pour la journée Mondiale du Tourisme. Cette décision est liée au fait que dans les pays du Sud, le tourisme classique profite très peu aux communautés locales. En effet, la majorité des dépenses générées par le tourisme dans les pays en développement retourne dans les pays émetteurs de l'Ouest.

C'est pourquoi le tourisme durable est au cœur de l'objectif de 2030 de l'OMT afin de favoriser un développement du tourisme durable des territoires tout en adoptant les modes de consommation et de production durables et en privilégiant le développement communautaire des populations locales. En effet, elle vise les initiatives économes en ressources et plus performant aux points de vue économique, social et environnemental.

Le secteur touristique a connu un véritable succès dans les pays de la Caraïbe au cours de la dernière décennie et est considéré comme un élément majeur pour l'économie de la région. Depuis 1990, les revenus qu'il génère fait une croissance moyenne par an de 7% et remonte à quelques 19 milliards de dollar US (OMT 2005). En termes d'emplois, le secteur crée 15,5% de la région contre 6,3 % d'emplois à l'échelle mondiale (Dehoorne 2007).

Cependant, malgré l'énorme flux économique qu'apporte le tourisme dans l'espace caraïbéen, la part des recettes pour les populations locales reste relativement faible car les îles paraissent comme simple support d'accueil du fait que tout est dirigé par les marchés émetteurs. De plus, avec l'arrivée de tourisme de masse, la dégradation des ressources se fait sentir. Pour panser tout cela, il a fallu repenser la stratégie d'un développement touristique durable. A cela, le tourisme classique balnéaire de masse est mis de côté au profit de nouvelles formes de tourisme dit « alternatif » comme l'écotourisme qui participe positivement au bien-être des communautés d'accueil et à la protection de l'environnement, afin de limiter les effets néfastes qu'engendre le tourisme.

Quant à Haïti, elle reste encore marquée par le tourisme traditionnel de masse. Toutefois, un peu moins provocant comme sa voisine la République dominicaine, bien qu'ils possèdent quasiment les mêmes atouts en termes de climat et de plages etc. En effet, par exemple, en 2004, la République Dominicaine a enregistré plus de 3,5 millions de touristes et Haïti moins de 100 000. Plus récemment, en 2017, près de 28 millions de touristes ont visité la caraïbe, Haïti a reçu pas moins de 500 mille, ce qui représente seulement 1,78% du volume contre 21,43% en République voisine.

Bien que depuis une décennie, Haïti tente de se repositionner vers le tourisme de masse, mais elle reste encore très en retard face aux autres destinations phares de la caraïbe comme Cuba, la République Dominicaine, la Jamaïque etc. Cependant, pour mieux se positionner, il semble judicieux de prioriser d'autres formes de tourisme dit « alternatif » qui englobe une multitude de tendances comme : le tourisme solidaire, le tourisme responsable, le tourisme participatif, le tourisme rural communautaire ou tout simplement l'écotourisme qui semble être le mieux adaptable pour un développement du tourisme durable en Haïti. Il serait donc plus profitable pour Haïti de valoriser ses avantages compétitifs tout en priorisant d'avantages le courant alternatif qui pourrait vraiment participer à la revalorisation du territoire et à l'économie locale.

Le développement du secteur touristique à l'échelle mondiale a été, comme chacun sait, révolutionné par les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC). De nos jours, on ne peut pas parler du tourisme sans parler des TIC, qui depuis son évolution, a connu une transformation capitale. Depuis quelques années, le tourisme est l'industrie la plus impactée par la révolution numérique. Internet est devenu le canal privilégié pour faire passer les informations et faire connaître une destination.

Les nouvelles technologies sont en constante mutation quant à leur utilisation ; elles ont permis aux acteurs du tourisme en particulier de

mettre en valeur le potentiel touristique de leur territoire, développer leurs activités et d'accéder à une grande visibilité en ligne. De nouvelles pratiques ont vu le jour et cela a entraîné de nouveaux modes de consommation et désormais près de 8 touristes sur 5 préparent leurs séjours sur internet. Face à ces mutations, que ce soit les professionnels ou les touristes, cela a modifié leur quotidien. Les touristes deviennent plus exigeants et les professionnels doivent répondre à leur besoin et donc ils doivent s'y adapter.

Quelques soient les formes de tourisme, les voyageurs deviennent de plus en plus connectés. En effet, il faut bien que les voyageurs découvrent la destination, d'où le défi des professionnels de présenter l'offre sur internet. Dans ce cas, la nécessité d'un outil numérique soit un site ou une plateforme devient alors essentiel, sans laisser de côté qu'il faut fidéliser et accompagner le client.

Dans une perspective de développement du tourisme durable, le choix du sujet nous a paru évident. En effet, il est important de trouver des solutions qui puissent durer à long terme. Ce mémoire de recherche consiste alors à déterminer la place du tourisme solidaire et l'apport des TIC pour un développement durable en Haïti.

En ce sens, nous avons alors choisi la question de départ suivante :

Comment les nouvelles technologies pourraient contribuer au développement du tourisme solidaire en Haïti ?

Suivant notre constat d'un énorme potentiel touristique en Haïti qui reste largement inexploité à ce jour, et étant donné que nous nous intéressons à un développement durable de ce territoire, nous tenterons alors à travers ce mémoire de répondre à la problématique suivante :

En quoi et comment les TIC contribuent-elles à l'essor d'un tourisme solidaire en Haïti ?

De ce fait, pour ainsi répondre à cette question, nous chercherons dans une première partie de faire un état des lieux du territoire, puis de définir les concepts clés de notre sujet d'étude afin de mieux les cerner. Nous verrons ensuite les limites du tourisme de masse, et enfin le dernier chapitre portera sur la mise en place de stratégies axées sur le tourisme solidaire et entre autres, nous tenterons de trouver les moyens pour faire qu'un tourisme soit facteur de développement territorial.

Dans une deuxième partie, nous tenterons de formuler des hypothèses de façon théorique en traitant les thématiques liés aux TIC. De ce fait, dans un premier temps, nous nous focaliserons sur les données d'un territoire comme vecteur pour fédérer les acteurs évoluant dans le secteur touristique tout en prenant en compte l'enjeu qui en découle. Puis, dans

un second temps, nous nous intéresserons à la mise en place d'un outil numérique de valorisation touristique d'un territoire tout en mettant en valeur les opportunités qu'il représente.

Enfin, dans la dernière partie, nous terminerons cette recherche de manière plus opérationnelle en analysant un cas pratique qui nous permettra de démontrer la pratique du tourisme social sur le territoire en question. Le but étant d'identifier quel outil serait profitable pour ainsi affirmer ou non les hypothèses développées dans la deuxième partie de cet exercice de recherche.

**PARTIE I : LE DÉVELOPPEMENT DU
TOURISME EN HAÏTI -
ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES**

Introduction de la première partie

Tourist est une contraction anglaise du terme « tour-ist » qui signifie « voyage circulaire ». Le terme apparaît pour la première fois en Angleterre au XIXe siècle, dans une condition très particulière. Il désignait alors les jeunes aristocrates anglais qui pratiquaient le « grand tour », c'est-à-dire un voyage d'études qui passait par la France, la Suisse et l'Italie. Cette excursion, à l'époque très onéreuse, était réservée à la formation du gentilhomme. Ce n'est qu'à partir de 1840 que le voyage connaît un véritable emballement, mais il est réservé à une élite. Puis, il y a eu l'avènement du chemin de fer qui a permis différentes formes de voyage, à l'origine utilitaire, il a fait place durant le siècle à celui d'agrément, par exemple le tourisme thérapeutique.

Ce terme « tourisme » a connu une telle expansion, ce qui a fait que ce n'était point réservé aux seuls aisés. L'utilisation des nouvelles technologies et la formule du voyage pour tous ont optimisé le choix du voyage. Par conséquent, ce n'était plus réservé à l'élite, toute personne qui désirait partir en voyage pour le plaisir ou pour une ordonnance curative, pouvait se satisfaire. Dès lors, les flux touristiques ont connu un record mondial, si bien qu'en 2018 il y'a eu une hausse de 6 % de touristes internationaux, ce qui représente 1,4 milliard, objectif atteint deux ans plus tôt que prévu, selon l'organisation mondiale du tourisme (OMT).

Par ailleurs, les pays de la Caraïbe sont particulièrement marqués par l'émergence d'une destination de prédilection des Nord-Américains et Européens. Selon le rapport de 2005 de l'organisation mondiale du tourisme (OMT) et le Caribbean Tourism Organisation (CTO), la fréquentation du tourisme de la Caraïbe est passée de 8.7 millions de touristes internationaux en 1990 à plus de 10 millions en 2004. Mais au cours des années, l'analyse des problèmes liés par l'industrie du tourisme a montré qu'elle a causé beaucoup de tort à l'environnement et au pays d'accueil. Ainsi, d'autres façons de voyager, dont l'écotourisme, ont vu le jour.

Ce changement de stratégie touristique est actuellement observé dans certaines régions d'Haïti (chapitre 3), face aux effets néfastes du tourisme de masse (chapitre 2). C'est là un véritable défi pour ce territoire dont l'industrie touristique a toujours été tributaire d'évènements qui ont marqué son évolution et son développement (chapitre 1).

CHAPITRE 1 : Les fluctuations de l'activité touristique en Haïti

Dans ce tout premier chapitre, avant d'exposer les fluctuations de l'activité touristique en Haïti, nous allons dans un premier temps, présenter l'histoire et la géographie de ce pays des Grandes Antilles. Par la suite, nous allons situer l'île dans la caraïbe. Nous exposerons les principaux repères dans l'industrie touristique d'Haïti puis, son expansion et sa chute dans le secteur touristique.

1. Haïti : sa géographie et son histoire

Faisant partie des Grandes Antilles, la République d'Haïti occupe toute la partie occidentale de l'île Hispaniola, d'un climat tropical, elle est séparée de la République Dominicaine par une chaîne de montagnes. Sa superficie est environ 28 000 km², et compte près de 11 millions d'habitants, répartis dans 10 départements, 42 arrondissements et 140 communes d'après l'institut haïtiens de statistique (2015). Deux langues officielles sont parlées, le français et le créole reconnus officielles par la constitution de 1919. Port-au-Prince est sa capitale. Il dispose d'un linéaire côtier de 1535 km et d'une plate-forme insulaire de 5000 km².

Figure 1: Présentation géographique de la République d'Haïti¹



¹ source : google

L'île de la République d'Haïti fut la première république noire indépendante du monde depuis le 1er janvier 1804. Surnommée " la *perle des Antilles* " par Christophe Colomb, dès sa découverte en 1492, il l'a baptisé Hispanola. Ancienne colonie française de Saint Domingue, la plus prospère en termes d'activité économique due à l'exploitation des esclaves ramenés d'Afrique. À la fin du XVIIIe siècle, la colonie compte environ 520 000 habitants, dont 40 000 blancs, 2800 affranchis qui sont majoritairement des mulâtres et 452 000 esclaves noirs. À l'époque, Saint Domingue à elle seule comptabilise les trois quarts de son commerce extérieur colonial et devient le premier producteur mondial du sucre².

Après toutes ces victoires, d'année en année, le pays subit de grands troubles politiques dus au mal gérance des nouveaux gouvernements successifs et corrompus. Et depuis la période dictatoriale, après l'accession au pouvoir du Président François Duvalier, le pays connaît une faillite totale de l'État qui ignore l'intérêt national ou du moins un manque de compétences.

Le 12 janvier 2010, une date sanglante pour le territoire, frappé par le dramatique tremblement de terre de magnitude 7,3 sur l'échelle Richter, et a causé plus de 250 000 morts, 300 000 blessés, 600 000 personnes déplacées et 1,2 million de sans-abri. Suite à cela, il a détruit plus de 80 % de la capitale, Port-au-Prince. Le pays ne s'était pas encore remis sur pied, qu'en 2016 l'ouragan Matthew le plus violent des Caraïbes en près de 10 ans, l'a encore dévasté en faisant 1000 morts, le laissant encore plus vulnérable. Mais, malgré tout, cette île reste un très beau pays.

1.1 Haïti et le bassin de la Caraïbe

Haïti fait partie du bassin de la Caraïbe. Le bassin de la Caraïbe représente une des grandes destinations touristiques tropicales pour les pays du Nord. Il désigne une belle image paradisiaque et pittoresque de vacances au soleil d'un ciel bleu et d'une mer turquoise. Il est délimité par l'ensemble des terres continentales et insulaires, en passant par la Floride aux rivages vénézuéliens et des Bahamas à Trinidad et Tobago, qui ceignent la mer des Caraïbes et le golfe du Mexique³.

² La ville caraïbéenne, les villes dans la Caraïbe. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/12835>. Études caraïbéennes.(Consulté le 15/02/2020)

³ Le bassin Caraïbe. Disponible sur : <https://www.mgm.fr/PUB/Mappemonde/M403/Intro.pdf>, Mappemonde #72,2003.(Consulté le 20 février 2020).

Figure 2: Le bassin de la Caraïbe⁴



En termes de tourisme, tous les pays de la Caraïbe ont une grande homogénéité si nous considérons basiquement les trois "S" du tourisme qui sont les Sea, Sun et Sand qui se traduisent par la mer, le soleil et le sable. Toutefois, derrière cette belle parure, les pays de la Caraïbe sont fragiles, car ils sont situés dans des zones à risques, éventuellement des catastrophes naturelles, des saisons cycloniques annuelles qui souvent, fassent de grandes inondations, des dégâts, voire des pertes énormes d'infrastructures. C'est donc le cas d'Haïti, considéré comme le pays le plus pauvre de la Caraïbe et même de l'Amérique, souvent touchée par ces nombreux phénomènes (séisme, cyclones, ouragans). De ce fait, cela entraîne un blocage au développement durable du pays à chaque fois qu'il tente de se rétablir. Au cours de ces 30 dernières années, les pays de la Caraïbe connaissent une croissance positive sur le plan d'arrivée de touristes alors qu'Haïti n'a jamais pu figurer parmi les 10 premières destinations.

⁴ Source : google

Figure 3: Les dix premières destinations dans la Caraïbe insulaire entre 1990 et 2004⁵

Caraïbe insulaire	1990	1995	2000	2004 *
Porto Rico	2 560 000	3 131 000	3 341 000	3 541 000
République dominicaine	1 305 000	1 776 000	2 978 000	3 450 000
Cuba	327 000	742 000	1 741 000	2 017 000
Bahamas	1 562 000	1 598 000	1 544 000	1 561 000
Jamaïque	989 000	1 147 000	1 323 000	1 415 000
Aruba	433 000	619 000	721 000	728 000
Barbade	432 000	442 000	545 000	552 000
Îles Vierges É-U	463 000	454 000	446 000	544 000
Saint-Martin	545 000	449 000	432 000	475 000
Martinique	282 000	457 000	526 000	471 000

* Estimations.

Dans un rapport récent de l'organisation mondiale du tourisme (OMT)⁶ en 2017, les arrivées des touristes dans la Caraïbe ont beaucoup progressé, elles sont passées de 14 millions en 1995 à 26 millions avec une croissance annuelle de 2,7 %. Cependant, les résultats dans certaines régions sont plutôt différents par exemple le cas de la République Dominicaine et la Jamaïque qui ont connu une forte croissance en termes d'arrivées de touristes, tandis que d'autres régions reçoivent très peu de touristes, car entravés par des ouragans de 2017 qui ont débutés à la mi-août et pendant tout le mois de septembre.

⁵ Source : Organisation Mondiale du Tourisme(OMT)/ World Tourism Organization (WTO)

⁶ Faits saillants. Organisation Mondiale du Tourisme(OMT).Éditions 2017. Disponible sur : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419913>. (Consulté le 15/03/2010)

Figure 4: Tableau des revenus du tourisme dans la Caraïbe par destination de 1998 à 2002
(en millions de dollars US) ⁷

Destination	1998	1999	2000	2001	2002	%
Les pays de l'Organisation des États de la Caraïbe Orientale (OECS)	1 184,2	1 249,1	1 275,8	1 216,9	1 256,8	6,7
Anguilla	61,7	57,7	56,3	62,5	58,0	0,3
Antigua et Barbuda	281,6	290,0	290,5	272,1	273,8	1,5
Iles Vierges britanniques	255,4	299,9	315,1	313,9	358,8	1,9
Dominique	46,5	50,7	48,8	46,9	44,7	0,2
Grenade	112,2	119,0	124,9	112,7	123,5	0,7
Montserrat	5,6	8,1	9,0	8,5	8,7	0,0
Saint-Kitts et Nevis	76,0	67,7	58,4	61,9	56,1	0,3
Sainte-Lucie	272,0	279,6	297,4	258,4	256,2	1,4
Saint-Vincent et les Grenadines	73,2	76,5	75,3	80,2	82,0	0,4
Les Antilles néerlandaises	1 338,9	1 387,2	1 508,3	1 540,0	1 475,4	7,8
Aruba	621,5	661,6	737,0	739,3	654,1	3,5
Bonaire	43,4	62,7	62,0	64,4	63,0	0,3
Curaçao	261,1	220,2	226,7	252,7	272,5	1,4
Saint-Martin	412,9	442,7	482,6	483,6	485,8	2,6
Les Antilles françaises	692,2	662,8	746,4	679,7	n.a	n.a
Guadeloupe	390,1	400,2	454,2	435,3	n.a	n.a
Martinique	302,1	262,6	292,2	244,4	232,5	1,2
Les territoires américains	3 173,5	3 093,4	3 680,1	4 050,6	3 726,5	19,8
Porto-Rico	2 232,9	2 138,5	2 387,9	2 728,1	2 486,4	13,2

⁷ Source : Organisation du tourisme de la Caraïbe (OTC).

Figure 5: Tableau des revenus du tourisme dans la Caraïbe par destination de 1998 à 2002 (en millions de dollars US), parmi lesquels se trouve Haïti (suite)⁸

Destination	1998	1999	2000	2001	2002	%
Iles Vierges américaines	940,6	954,9	1 292,2	1 322,5	1 240,1	6,6
Autres pays ou régions	10816,3	11 965	12 604	11981,4	11722,3	62,2
Cancun (Mexico)	1 808,7	2 143,7	1 805,2	1 601,9	1 428,8	7,6
Cozumel (Mexico)	398,3	320,0	349,8	371,4	n.a	n.a
Cuba	1 571,0	1 714,0	1 948,2	1 840,4	1 769,1	9,4
République dominicaine	2 141,7	2 524,0	2 895,0	2 798,3	2 735,8	14,5
Haïti	56,0	55,0	56,0	54,0	54,1	0,3
Suriname	43,7	58,2	44,0	50,0	47,0	0,3
Bahamas	1 354,1	1 582,9	1 737,9	1 647,6	1 762,1	9,3
Barbade	703,0	666,2	711,3	686,8	647,8	3,4
Belize	108,3	111,5	120,2	120,5	132,8	0,7
Bermudes	486,8	476,4	431,0	350,5	378,8	2,0
Iles Caïmans	533,6	524,6	559,2	585,1	607,0	3,2
Guyane	55,8	61,4	86,8	86,6	95,0	0,5
Jamaïque	1 197,1	1 279,5	1 332,6	1 233,0	1 209,5	6,4
Trinidad et Tobago	201,2	209,6	212,8	214,3	211,4	1,1
Turks et Caïcos	157,0	238,0	314,0	341,0	271,6	1,4
Total	17205,0	18357,5	19814,6	19468,6	18848,9	100

Nous pouvons affirmer que le tourisme est un secteur majeur de la création de richesse. En effet, tous les pays en voie de développement misent sur le tourisme pour développer leur économie. D'autre part, dans les quatre coins du continent, comme l'Europe, l'Asie, Moyen-Orient et l'Afrique etc. Le tourisme connaît une croissance constante. Les derniers chiffres annoncés par l'organisation mondiale du tourisme (OMT, UNWTO)⁹ dévoilent 1.326 million des arrivées internationales, soit une croissance de 7 % et un total de recettes du tourisme international de 1 340 milliards de \$EU, soit une croissance de 5 %. Ces flux touristiques ne font que progresser.

⁸ Source : Organisation du tourisme de la Caraïbe (OTC).

⁹ Faits saillants du tourisme. Éditions 2018. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419913>. Consulté le 29/02/2020.

1.2 Les principaux repères de l'histoire de l'industrie touristique en Haïti

Pour comprendre les fluctuations de ce secteur économique en Haïti, il faut chercher à analyser les différents écrits sur le sujet, depuis ses débuts jusqu'à aujourd'hui en passant par son apogée quand le pays était le pays le plus visité dans l'ensemble de la Caraïbe. Les auteurs n'ont pas abordé le tourisme sur le même angle dans leur observation : ils sont pour certains des économistes, pour d'autres des géographes ou bien encore des sociologues.

D'après Dautruche, le début du tourisme haïtien a commencé dans la seconde moitié des années 40, la période où le pays recevait ses premiers touristes internationaux, dans son étude intitulée Culture, Patrimoine et tourisme en Haïti, Construction et dynamise de reconstruction d'une destination touristique. Par ailleurs, d'autres auteurs font savoir que la période 1960-1970 qui marque officiellement le début du tourisme haïtien (Doré (2010)). Ces périodes étaient alors le moment où l'attractivité touristique haïtienne était basée sur la mer, le soleil et la peinture. A ce moment-là l'économie du pays était au sommet. Par la suite, le géographe haïtien Théodat (2004) pense quant à lui que le tourisme haïtien a fait son apparition vers la seconde guerre mondiale, et donc dans les années 1940-1950, dans son article intitulé L'envers et l'endroit du décor : la touristicité comparée d'Haïti à la République Dominicaine¹⁰.

Nous pouvons remarquer qu'au fil des années, beaucoup d'auteurs haïtiens ont essayé d'apporter leur propre analyse sur le début du tourisme haïtien. Néanmoins, dans un texte assez récent sur le tourisme en Haïti, paru en 2014, écrit par l'auteur Hugues Séraphin, il a fait savoir que nous devons prendre plus de mesures.

Néanmoins, on n'est pas sans savoir que le tourisme haïtien était très florissant surtout dans les années 46, car les dirigeants du gouvernement à cette époque, voyant que le secteur touristique est une activité économique importante, pensaient vraiment pour le développement touristique du pays. Notamment, le Président de la République Dumarsais Estimé, également le sous-secrétaire d'État au tourisme de ces mêmes années, Robert Baussan. Ils avaient mis tout leur leadership pour développer et promouvoir le tourisme sur le territoire et à l'international.

¹⁰ Revue tiers monde. Les masques du tourisme. Tome 45 #187, 2004.

En 1948, lors d'un discours marquant prononcé par le Président Dumarsais Estimé sur le tourisme, il a fait l'éloge des couleurs d'Haïti à travers ces belles phrases suivantes (Claude J. Emile, 2014):

« Des probabilités troublantes imposent au gouvernement le devoir de rompre avec la routine, de divorcer avec le repos, de ne pas compter seulement sur l'agriculture. Et c'est la grande mobilisation de toutes les ressources du pays en "beauté naturelles" en vue de l'effort à entreprendre pour tirer tout le parti possible " du trésor que sont pour l'imagination nos paysages si rares". C'est le grand espoir du tourisme, l'industrie qui fera lever des aubes nouvelles sur Haïti. (Nouvelliste #22297,21 juillet1948 cité par Dautruche,2013) ».

Une année après ce beau discours, de grands travaux ont été effectués pour la mise en tourisme sur le territoire, il s'agissait de l'aménagement du front de mer de Port-au-Prince, inauguré sous le nom de la cité de l'exposition, car le pays devait fêter une exposition universelle à la capitale, Port-au-Prince. Il faut dire qu'à ce moment-là le pays était vierge et en pleine évolution sur le marché touristique. Ces travaux ont donc permis a montré une belle image touristique du pays à l'international.

Les années suivantes, le nombre de visiteurs dans le pays a beaucoup augmenté et est passé de 10 788 à 67 700 visiteurs entre 1951 et 1956, ce qui fait qu'en cinq ans, le nombre de visiteurs a multiplié par six (Hugues Séraphin, 2014). Mais des années plus tard, le pays n'a pas su garder ce flambeau, car en 1957 avec l'arrivée d'un nouveau président nommée François Duvalier, des troubles politiques ont mis la discorde dans le pays, par la suite le nombre de visiteurs a donc relativement baissé.

1.3 Sa forte expansion

Le secteur du tourisme haïtien a bel et bien connu sa forte expansion. Les années 50 étaient des années glorieuses de l'activité touristique du pays. L'inauguration du bicentenaire de l'indépendance en 1949 marque le début du tourisme en Haïti sous la Présidence de Dumarsais Estimé. La grande exposition internationale de Port-au-Prince a fait venir beaucoup de visiteurs internationaux, avec une offre touristique unique combinée de l'art, de la culture et de l'artisanat. Dès lors, Haïti figurait parmi les destinations phares de la Caraïbe principalement durant les années 1950-1970.

Les années florissantes du tourisme haïtien étaient sans doute par sa singularité et son charme en termes d'exotisme et de sa culture. En ce sens, le pays étant ouvert économiquement, on assiste à de nombreuses

activités touristiques, la création des galeries d'art, le développement de l'artisanat et la construction de nouveaux hôtels à la capitale, Port-au-Prince, et dans les hauteurs à Pétion-ville. Il fut donc la destination préférée des Nord-Américains et Européens.

En ses débuts d'expansion considérable sur le marché touristique, en 1951, le pays a enregistré 10 788 touristes. Par la suite, le nombre de visiteurs ne faisait qu'augmenter, en 1956, le pays a reçu 67 000 touristes pour atteindre après en 1959 les 145 000 touristes. On observe donc une meilleure stabilité durant ces années florissantes. À noter qu'à cette époque, le pays était dans tous ses états. Bien que pendant la fin des années 1950, il y avait de moins en moins de visiteurs. Ce qui veut dire que des 1960, le pays était déjà en régression en termes d'arrivée de touristes.

1.4 Sa chute

Ce qui a entraîné cette décadence du tourisme en Haïti, c'est indubitablement la dégradation du climat politique. Depuis le milieu du XXe siècle, la République d'Haïti fait face à d'exécrables problèmes politiques, socio-économique et se voit suivre des périodes de trouble et d'instabilité politique. De 1957 où le docteur François Duvalier est monté au pouvoir à partir duquel le pays s'est confronté à une forte dictature en exerçant une sévère répression vis-à-vis toute forme d'opposition, puis l'expulsion du Président Jean Bertrand Aristide en 2004 et de nombreux coups d'états au jour le jour ont plongé le pays dans l'abîme. On assiste à un manque de compétences de l'état dans leur politique de développement et une forte étendue de corruption¹¹.

Malgré tout, un renouveau d'activité touristique a de nouveau fait augmenter le nombre de visiteurs en 1970 en passant de 60 à 73 % entre 1973 et 1979. Toutefois, cette relance n'a pas duré longtemps, car l'instabilité politique a encore repris et donc le pourcentage du nombre de visiteurs diminue par rapport aux autres pays de la Caraïbe. Il est donc passé à un nombre très insignifiant entre 1980 à 1987, la période où le pays était sous dictature. Par contre, le développement du secteur touristique dans le reste de la Caraïbe a plutôt connu une forte croissance.

En 1990, la fréquentation touristique de la Caraïbe est passée de 8.7 millions de touristes internationaux à 19 millions en 2004 selon le Caribbean Tourism Organization (CTO) et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT). En effet, les îles caribéennes sont le lieu privilégié des

¹¹ Étude caraïbienne : Micro-insularité et dégradations des milieux marins
<https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/267>. Décembre 2006. Consulté le 22 février 2020.

touristes nord-américains et européens. On assiste à une forte croissance annuelle moyenne autour de 7 % depuis 1990 jusqu'à 19.2 milliards de dollars, générée par les recettes touristiques¹². Haïti, quant à elle, fait face un véritable abaissement dans le secteur touristique et reste dans le cap de renouvellement pour tenter de se remédier. Mais il existe une absence de soutien de l'état qui n'a pas la bonne volonté politique pour sortir le pays dans son déclin du marché touristique.

Conclusion du chapitre 1

Dans ce premier chapitre, nous avons pris le temps de définir le terme du tourisme et évoqué les dates importantes depuis que le tourisme est né. Nous avons aussi relevé les grandes dates de l'évolution du tourisme de l'île d'Haïti étant donné qu'elle fait partie de ce mémoire de recherche. Nous avons également situé Haïti dans l'espace Caraïbéen et voir sa place en terme touristique.

Enfin, nous avons donc pu comprendre que Haïti a connu sa période glorieuse dans le secteur touristique. Mais, les troubles politiques ont fait qu'elle a perdu cette place, bien qu'elle tente encore de s'y remédier. Après toutes ces analyses, nous voyons bien que le pays a toujours son potentiel touristique mais un manque de gouvernance de la part de l'état le laisse dans son déclin.

CHAPITRE 2 : les limites du tourisme de masse

Dans ce second chapitre, nous nous efforcerons d'expliquer le phénomène de tourisme de masse, ses impacts et enfin la forme de tourisme à privilégier pour Haïti.

1. L'arrivée des touristes internationaux

Commençons par rappeler la définition du tourisme.

Selon l'organisation mondiale du tourisme (UNWTO,OMT)¹³, le tourisme se définit comme « *un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés e dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou excursionnistes, des résidents*

¹² Organisation mondiale du tourisme (OMT),2005.

¹³ UNWTO (Word tourism Organization Network), OMT (Organisation mondiale du tourisme. Définition du tourisme. Disponible sur : <https://www.unwto.org/fr>. (Consulté le 03/03/2020).

ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques ».

Selon INSEE¹⁴, le tourisme se définit encore de la façon suivante : « *Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité* »

On observe donc que toutes ces définitions du tourisme font ressortir plutôt un même point et que le monde bouge de plus en plus et voyager devient un besoin à satisfaire.

Selon le rapport de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2017), les arrivées des touristes dans le monde sont passées de 25 millions de dollars en 1950 à 278 millions de dollars en 1980, ensuite à 574 millions en 2000, après 1235 millions de dollars en 2016, pour atteindre 1322 millions de dollars en 2017. Sur cette même année, il représentait 7 % des exportations mondiales de biens et de services contre 6 % en 2014, ce qui a fait que ce taux fut le plus haut depuis l'histoire du tourisme international. Nous pouvons donc voir que le tourisme international fait bouger le monde en termes d'économie.

En Amérique, ce même rapport de 2017 a comptabilisé 207 millions d'arrivées de touristes internationaux, ce qui a fait une augmentation de 3 %. Quant au pays de la Caraïbe, il a été constaté une croissance touristique de + de 4 %.

¹⁴ INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques). Définition du tourisme. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/metadonnees/definition/c1094>. (Consulté le 03/03/2020).

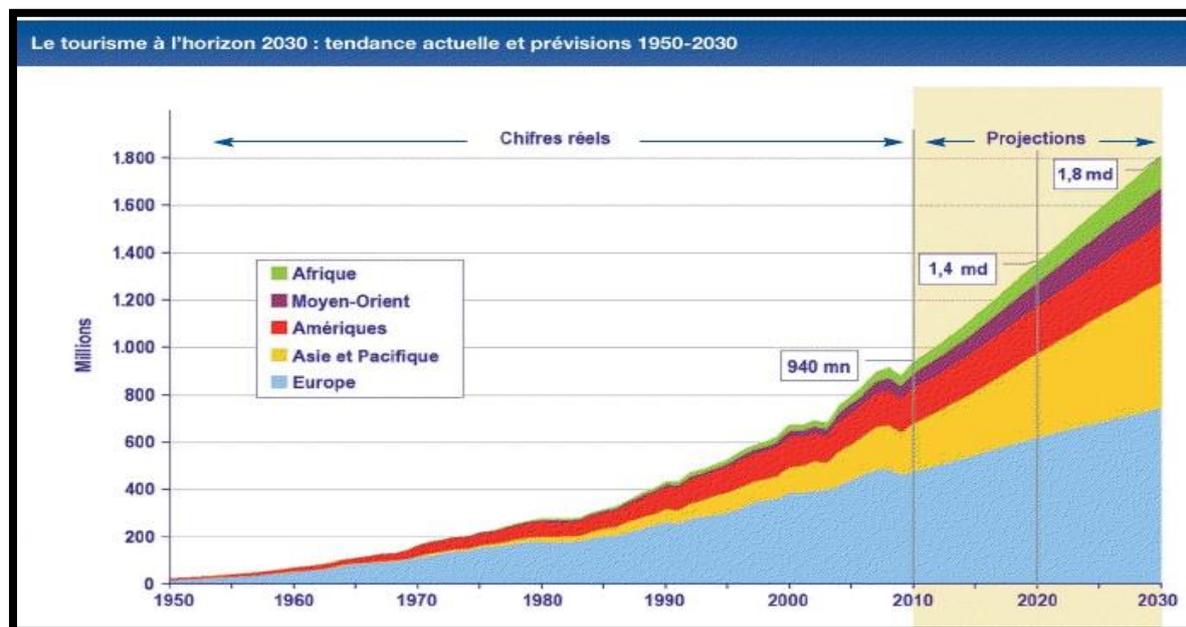
Figure 6: Tourisme international 2017 (OMT) ¹⁵



Toujours à travers la publication de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) sur son programme « Le tourisme à l'horizon 2030 », il est noté que, à partir de 2030, l'arrivée de touristes internationaux pourrait atteindre dans les 1,8 milliard moyennant une augmentation de 3,3 % par an depuis 2010

¹⁵ Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT)

Figure 7: Tourisme international 2017 (OMT) ¹⁶



Comment les arrivées des touristes ont-elles produit le tourisme de masse, à titre d'exemple, la Caraïbe ?

Les pays de la Caraïbe étant des lieux privilégiés des pays du Nord pour passer leurs vacances sous les tropiques, et donc le tourisme de masse représente un niveau élevé de consommation touristique dans les pays de la Caraïbe. Par conséquent, les grandes îles de la Caraïbe à l'instar de Porto-Rico, Cuba, République Dominicaine, ont opté pour des stratégies touristiques de masse avec une offre plutôt diverse. Cette énorme consommation du tourisme a impliqué bien des nouvelles formes, de nouveaux complexes balnéaires ont été construits pour pouvoir accueillir un nombre maximal de touristes venant particulièrement des pays occidentaux. De nouveaux produits se sont mis en place par les tours opérateurs. À cela, ils offrent des séjours dans ces hôtels à faible coût.

« Pour répondre aux demandes du tourisme de masse, ces opérateurs ont mis en place des formules voyages peu onéreuses : déplacement-hébergement-animation ». Il s'agit donc des « all inclusive » ou voyages tout inclus, (revue, petit futé, 2006-2007, p. 15,17).

Le cas concret de la notoriété de Cuba qui a pu augmenter en 1990 le niveau d'activité touristique de 1957 qu'elle avait perdu à cause de la révolution socialiste. En 2004, le nombre de touristes a franchis aux

¹⁶ Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT)

chiffres de 2 millions. Par la suite en 2016, il a passé la barre de fréquentation touristique par une croissance de + de 14 %, alors que la République Dominicaine était à seulement 6. Et plus récemment, c'était au tour de la République Dominicaine qui en 2017 a battu le record de tourisme de masse, surtout avec sa formule « all inclusive ». D'autres destinations comme Porto Rico a aussi eu une hausse de + 5 % à l'opposé de la Jamaïque qui a eu une hausse de + 3 %, (OMT,2017). %. Par ailleurs, certains pays enregistrent des fréquentations importantes et d'autres beaucoup moins, par exemple Haïti qui reçoit moins de 100 000 touristes, ce qui entraîne une perte annuelle moyenne de 9 % depuis 2000.

Toujours dans la revue, il a démontré que,

« L'émergence des clubs est fortement liée à cette nouvelle forme de tourisme. L'idée est apparue au moment des premières réformes sociales des années 30. Ces « packaging » permettent aux familles à petits revenus de partir dans des pays lointains, à moindres coûts. Pour autant, le tourisme de masse engendre une industrie de grande envergure qui, dans ces rouages, crée bien des dégâts sociaux et environnementaux », malgré les recettes positives qu'il engendrait.

Malgré cet essor du tourisme de masse et d'importants flux financiers que connaissent ces territoires, les pays de la Caraïbe ou les pays du sud qui sont les destinations exotiques le plus souvent prisées des touristes étrangers, ne bénéficient pas totalement ou bénéficient peu des recettes du marché. Étant donné que ce sont les pays extérieurs qui généralement créent le marché et donc ils bénéficient le plus de l'industrie du tourisme. Pourtant s'ils étaient mieux répartis, les revenus du tourisme pourraient être un élément du développement durable pour des pays émergents ou en voie de développement, par exemple Haïti.

Face à tous ces problèmes, afin de fuir ce cercle qui est loin d'apporter que des points positifs à long terme particulièrement aux pays émergents, certains penseurs ont donc trouvé la nécessité d'introduire le concept de "l'écotourisme" qui pour eux pensent que c'est le meilleur choix pour un tourisme durable. C'est donc dans cette situation que naît dans la Caraïbe en 1980 le concept de l'écotourisme, qui va alors remplacer le tourisme de masse dans la perspective d'un tourisme durable.

2. Une promotion du tourisme de masse, quel tourisme pour Haïti ?

Le nouveau gouvernement post-séisme de 2010 a voulu relancer le tourisme comme destination touristique internationale dans le but d'attirer un très grand nombre de touristes vers le pays, en d'autres termes, promouvoir le tourisme de masse.

Un plan directeur a vu le jour et de belles perspectives d'infrastructures et la mise en valeur du potentiel touristique du pays ont pris cher. De ce fait, entre 2011 et 2015, plus de 2000 nouvelles chambres d'hôtel ont été construites, des propositions d'offres de "packages tout inclu", et surtout une mise en œuvre de la valorisation des espaces balnéaires des côtes des Arcadins¹⁷. Le tourisme étant un secteur porteur d'emploi et qui contribue à la création de richesse, le développement touristique s'est donc avéré indispensable pour le pays.

Dans l'optique de redynamiser le secteur, d'améliorer l'offre touristique et garantir un développement durable et inclusif afin d'assurer une place plus importante dans l'économie du pays, *une nouvelle stratégie de développement du secteur touristique haïtien pour la période 2015-2030* était de mise (bilan 2011-2015 du Ministère du Tourisme et des Industrie Créatives). Pour se faire, la stratégie de mise en œuvre s'organisait autour de quatre axes majeurs.

- L'image afin de repositionner Haïti comme destination touristique
- Le territoire et ses potentiels en développant et en aménageant de nouveaux pôles régionaux touristiques tout en renforçant l'existant
- L'économie afin d'accroître positivement les retombées de l'industrie touristique dans l'économie du pays
- La gouvernance du secteur en apportant un appui concret pour structurer le secteur

Ces quatre axes de développement devraient donc assurer la pérennité des activités du secteur touristique sur l'ensemble du territoire et faire du tourisme un levier de croissance et de développement durable. Ainsi, pour l'année 2014, les arrivées de touristes de séjours ont augmenté et représentaient 465 174 visiteurs. Toutefois, le pays manque encore d'infrastructures pour vraiment répondre à la demande d'une clientèle de masse.

¹⁷ Côtes des Arcadins ; endroit où se trouvent de longs kilomètres de sable blanc et des îlets.

Figure 8: Tableau des Arrivées mensuelles des touristes de séjour entre 2011 et 2015¹⁸

	2011	2012	2013	2014	2015
Janvier	27 850	28 515	31 626	36 668	38 985
Février	19 775	22 148	29 203	34 819	39 386
Mars	30 496	32 235	38 808	43 014	48 046
1er trimestre	78 121	82 898	99 637	114 501	126 417
Avril	22 496	27 248	21 597	36 679	39 612
Mai	30 525	29 306	30 251	33 225	38 689
Juin	37 464	29 712	38 042	33 557	50 670
2e trimestre	90 485	86 266	89 890	103 461	128 971
Juillet	26 128	32 344	48 856	64 527	68 502
Août	26 704	24 327	34 095	52 020	48 218
Septembre	30 574	28 336	27 208	28 339	34 330
3e trimestre	83 406	85 007	110 159	144 886	151 050
Octobre	26 128	26 331	38 936	28 199	-
Novembre	34 478	26 950	40 017	27 231	-
Décembre	36 137	41 785	41 097	46 896	-
4e trimestre	96 743	95 066	120 050	102 326	-
TOTAL	348 755	349 237	419 736	465 174	-

Dans ce cas, pouvons-nous dire que le pays est prêt pour le tourisme de masse ? Avec beaucoup de recul, nous pensons qu'une autre forme de tourisme comme le tourisme responsable qui inclut toute forme de tourisme alternatif pourrait être plus adaptable dans le cas d'Haïti. Et pourquoi pas, le tourisme solidaire.

Conclusion du chapitre 2

Dans le chapitre précédent, nous avons posé les limites du tourisme de masse en analysant les arrivées des touristes dans le monde, puis nous nous sommes penchés sur le tourisme de masse dans la région caribéenne et avons tenté de voir que cette forme de tourisme qui a connu son expansion dans les pays de la Caraïbe n'est pas forcément bénéfique pour ces pays-là.

Par la suite, nous avons mis en évidence que le tourisme de masse en Haïti ne pourrait pas être adaptable pour beaucoup de raison, notamment, l'infrastructure en tout genre. Mais par contre, étant un pays encore inexploité ou tout simplement vierge, il serait donc préférable de garder son originalité en promouvant et en valorisant une autre forme de tourisme dite 'alternatif'.

¹⁸ Source : Ministère du Tourisme et des Industries Créatives (MTIC) Haïti.

CHAPITRE 3 : la mise en place de stratégies axées sur le tourisme solidaire en Haïti

Dans ce chapitre, nous allons essayer de définir toutes les formes du tourisme responsable dites alternatives, et ensuite nous mettrons en avant le développement durable axée sur le tourisme solidaire. Suite à cela, nous allons voir en quoi le tourisme solidaire est-il important pour Haïti, sans oublier que notre sujet de recherche concerne en partie le tourisme solidaire et le développement durable. Ainsi, cela va nous permettre de mieux étayer nos idées.

1. Le tourisme solidaire : facteur de développement durable des territoires

Au fil des années et au fur et à mesure de l'évolution du tourisme, de nouvelles formes de tourisme se sont apparues. De ce fait, certains touristes veulent que leur séjour soit lié à des valeurs. Cela dit, ils ne pensent plus qu'à juste passer un bon moment. C'est pourquoi d'autres façons de voyager se sont vulgarisées.

Tout d'abord, si nous essayons de chercher une définition pour le développement durable, nous devons faire un retour en arrière vers 1986, ou il y a eu la première définition internationale donnée par la déclaration des Nations unies sur le droit au développement, il stipule le développement est « *un processus global, économique, social, culturel et politique, qui vise à améliorer sans cesse le bien - être de l'ensemble de la population et de tous les individus, sur la base de leur participation active, libre et significative au développement et au partage équitable des bienfaits qui en découlent* ».Sylvie(2009.p.9)

D'après Bernard Pecqueur, le développement territorial désigne « *tout processus de mobilisation des acteurs qui aboutit à l'élaboration d'une stratégie d'adaptation aux contraintes extérieures, sur la base d'une identification collective à une culture et à une autre* ».

Toutefois, c'est en 1987, l'année où le rapport de Brutland a été élaboré que le concept du développement durable va prendre réellement sens. La définition la plus répandue constitue plus un programme d'action qu'une définition : « *Le développement durable c'est s'efforcer de répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité de satisfaire ceux des*

générations futures »¹⁹. Pouvoir comprendre ce concept est très essentiel afin de répondre à son exigence. Ce rapport ...

Le terme de développement en lui-même est apparu après de la seconde guerre mondiale dans la théorie économique. Les grandes puissances, particulièrement les États-Unis, ont donc voulu apporter une aide économique à des nations qualifiées « sous-développées » qui n'ont pas connu la révolution industrielle afin que ces pays ne puissent pas tomber dans le camp du communiste. Par la suite, il était question que les pays pauvres se plient aux obligations imposées par les pays riches en suivant les modèles occidentaux, qui les conduisent de la pauvreté à la société de consommation. Mais fort heureusement, d'autres auteurs ont réfléchi par une autre forme de développement basé sur l'aspect humain du développement. En conséquence, l'économiste François Perroux²⁰ détermine comme étant « *la combinaison des changements mentaux et sociaux d'une société qui la rend apte à faire croître cumulativement et durablement son produit réel global* ».

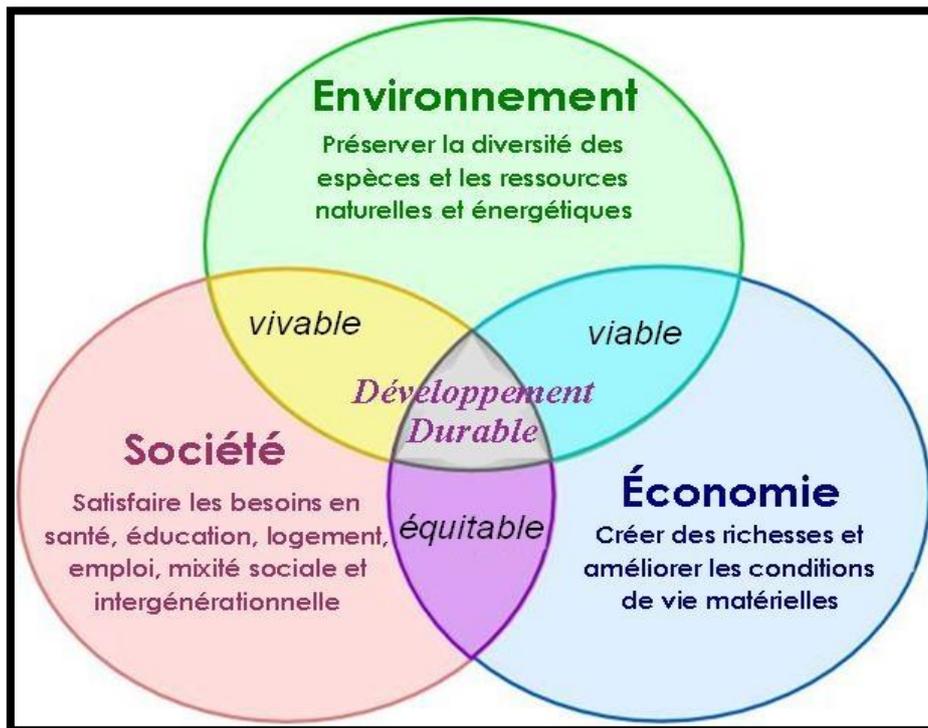
Comme nous l'avons déjà mentionné, le sommet de Rio en 1992 avec le support des Nations Unies a largement contribué à faire reconnaître les principes du développement durable. Il est écrit qu'une action porte à un développement durable lorsqu'elle peut aboutir à faire contribuer les trois « E » : Économie, Équité, Environnement qui sont les trois piliers majeurs du développement durable.

- Le premier désigne l'efficacité économique qui tend à assurer une bonne gestion durable des ressources, sans faire tort ni à l'environnement, ni à l'homme.
- Le second désigne l'équité sociale qui agit significativement pour satisfaire les besoins essentiels des peuples qui sont le logement, l'alimentation la santé et l'éducation, en diminuant les inégalités entre les individus tout en respectant leurs cultures.
- En dernier lieu, la qualité environnementale visant à préserver les ressources naturelles à long terme, de façon à maintenir les grands équilibres écologiques et limiter les impacts environnementaux, toujours d'après le rapport Brundtland (1987).

¹⁹ Rapport dit Brundtland, 1987

²⁰ L'économie du siècle, PUF, 1960.

Figure 9: les trois piliers du développement durable²¹



Le développement durable est considéré comme une ambition. Depuis la première conférence de Rio en (1992) à celle de Johannesburg en (2002), le développement durable s'incruste dans le vocabulaire international et se place dans les politiques de coopération : il s'agit « *de mettre en œuvre des politiques économiques efficaces qui soient, en même temps, socialement équitables et économiquement tolérables* ». Il s'est avéré un peu difficile de faire la mise en œuvre de ces trois piliers qui sont l'économie, le social et l'environnement surtout, quand les fonds disponibles pour des causes à la lutte contre la pauvreté ne cessent de diminuer. Et pour cause, tous les pays du monde, qu'ils soient riches ou pauvres, tentent d'adopter une croissance verte ce qui est de plus en plus considéré mondialement comme une grande nécessité.

Cependant, ce concept développement durable n'est pas une idée nouvelle : on en parlait dès les années 1970, mais des contextes historiques ont fait qu'il ne tenait plus debout, en effet, c'est un concept qui est né avec l'explosion démographique et la crise de l'énergie.

Vers les années 1990, un essor du concept développement durable commence à grimper l'échelle internationale. Ce sont donc des acteurs

²¹ Source : google

non gouvernementaux venant des pays du Nord, ils constituent les ONG, ces organisations ont commencé à faire connaître le concept du développement durable qui va être un grand succès face aux définitions classiques du développement. Ce concept donne lieu à repenser le développement économique particulièrement sur le nécessaire respect des ressources limitées et non renouvelables de la planète. Le mot « *planète sous - entend que la terre est un système interdépendant, que toute atteinte à la qualité de l'atmosphère, des océans ou des ressources a des répercussions mondiales* ».

Officiellement, l'expression du « développement durable » est apparue en 1980 pour la première fois, à la création du Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), mais déjà en 1951 l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature avait bien avant publié le tout premier rapport parlant de l'économie et l'écologie pour étudier l'état de l'environnement dans le monde. (UICN). En 1982, l'ONU commande un rapport sur l'écodéveloppement et a créé à cette fin une commission.

D'où le « sustainable development » qui pourrait se traduire par :

« un développement soutenable, qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : concepts de « besoins », et plus particulièrement les besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient de donner la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir [...] Au sens le plus large, le développement soutenable vise à favoriser un état d'harmonie entre les êtres humains et entre l'homme et la nature » (rapport Brundtland,1980).

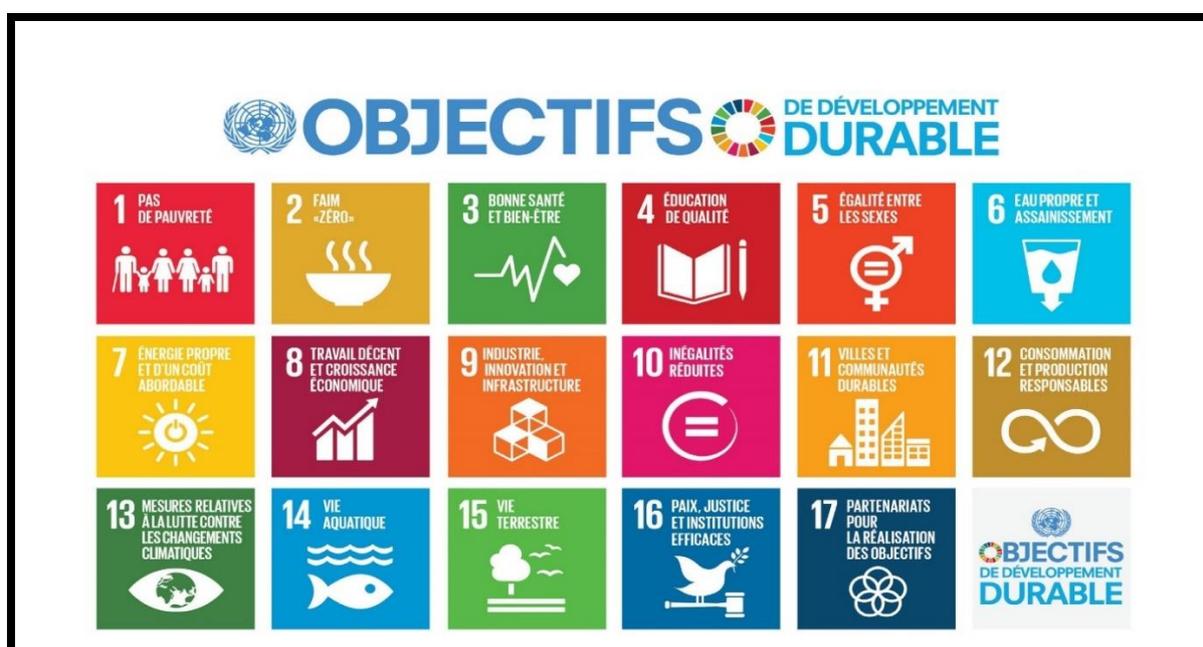
L'analyse de ce rapport était essentielle pour l'humanité, car elle a fait référence à l'environnement et le développement, on peut dire qu'officiellement une analyse a été faite sur les effets néfastes qu'engendrent les sociétés industrielles et exige sur le fait de partager les richesses mondiales aux plus démunis et de réduire les inégalités.

Lors de la conférence des Nations Unies sur l'Environnement et le développement qui se tenait à Rio, la notion de développement durable a été officiellement approuvée comme fondement de la coopération internationale. Deux décennies après le premier « *sommet mondial de la terre* » la conférence des Nations Unies sur cette même notion de

Développement Durable, appelée également RIO +20, avait pour sujet ; l'économie verte et la gouvernance mondiale du développement durable.

Ce n'était pas efficace totalement ces notions élaborées au fil des années, pour cela, en septembre 2015, l'assemblée générale des Nations Unies à fait l'adoption d'un programme de développement durable à l'horizon 2020 et a pour objectif d'intégrer tous les peuples, dans le but de voir le monde autrement. Reposant sur 17 objectifs, ces 193 États membres devraient prendre part à « œuvrer en vue d'assurer une croissance économique durable et inclusive ainsi que l'inclusion sociale et la protection de l'environnement, dans un esprit de partenariat »

Figure 10: Les 17 objectifs de développement durable²²



Avec toutes ces conférences sur l'importance de l'environnement et du développement durable, il faut chercher à pallier ces notions au tourisme. Comme nous l'avons mentionné dans les chapitres précédents les inégalités retrouvés dans les pays tropicaux qui sont souvent des pays émergent ou en voie de développement, notamment, les pays de la Caraïbe qui sont également considérés comme des lieux paradisiaques et exotiques pour les pays développés et qui reçoivent de nombreux touristes. Nous avons vu que le tourisme de masse gagne le secteur du tourisme des pays de la Caraïbe alors qu'ils bénéficient peu des avantages que laisse le secteur touristique face à la puissance des grandes entreprises multinationales gérées par les pays occidentaux. Cependant, nous pouvons gérer le système en adoptant d'autres formes de tourisme

²² Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)

comme le tourisme dit alternatif qui pourrait être au profit de tous de façon décente.

1.1 Les différentes formes du tourisme dit alternatif

Bien que le tourisme génère des revenus positifs, néanmoins le tourisme de masse produit des effets négatifs dans les Pays Moins Avancés (PMA), car la population locale en bénéficie peu. De plus, en 2006, une étude a été réalisée par l'Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture (UNESCO) pour montrer le contraire de ce qui se disait avant par des organismes que le tourisme représente la principale source de recettes étrangères dans plus de 49 Pays les Moins Avancés (PMA) du globe. Par la suite l'UNESCO a affirmé que ces pays Moins Avancés (PMA) ne reçoivent que 1 % des recettes du tourisme. Pour changer la situation au profit de tous et rehausser le développement durable des territoires touristiques, la mise en œuvre de nouvelles formes de tourisme sont nées.

L'expression du « tourisme alternatif » a été utilisée dans les années 50 par quelques militants soucieux des réalités sociopolitiques et économiques locales. Vers la fin des années 1970, s'est engagée une véritable réflexion, certains intellectuels s'étant sérieusement interrogés sur l'impact social et culturel du tourisme (Smith 1978, Matheson e Wells 1982) met en avant les préoccupations écologiques et emploie la notion de « développement durable », qu'ils définissent comme un « *processus de changement par lequel l'exploitation des ressources, l'orientation des investissements, des changements techniques et institutionnels se trouvent en harmonie et renforcent le potentiel actuel et futur de satisfaction des besoins des hommes* ».

Ainsi, à travers cette prise de conscience, nous allons trouver toutes ces nouvelles formes du tourisme dit « alternatif » qui sont contraire au tourisme de masse, en d'autres mots « écotourisme ». Ils sont donc le tourisme solidaire, tourisme durable, responsable, participatif, communautaire et équitable, qui est par conséquent une solution concrète et viable puisqu'elle penche à une juste redistribution des richesses du secteur au profit des populations locales.

1.2 Les perspectives de développement du tourisme solidaire en Haïti

Dans ce sous-chapitre, nous tenterons d'exposer des définitions du développement en faisant des liens au tourisme solidaire. Ensuite, nous

allons essayer de comprendre et d'analyser quelles conditions qu'il faudrait créer pour trouver l'équilibre des perspectives d'un développement touristique solidaire en Haïti, tout en étalant les quatre conditions de fondements du tourisme de Pierre Torrente. D'abord, cherchons à comprendre le sens du développement.

Selon une définition apportée par l'Hypergéo²³, au sens des sciences humaines, l'expression de « développement » désigne « *l'amélioration des conditions et de la qualité de vie d'une population, et renvoie à l'organisation sociale servant de cadre à la production du bien-être* » et du point de vue de la croissance elle se différencie et donc il permet de « *mesurer la richesse sur un territoire en une année et son évolution d'une année à l'autre, telle qu'elle est prise en compte par le Produit Intérieur Brut (PIB)* ».

Définir le mot développement viendrait à dire que c'est un processus qui serait effectué à long terme de façon endogène, de croître la richesse et les activités économiques. Ainsi, qui permettrait à la population de grandir vers une meilleure situation qui va leur permettre d'être autonomes grâce à des activités qu'ils vont eux-mêmes produire. Pour que cela soit stable, ce processus doit se faire par une action soutenue de la part des organismes qui ont une vision à long terme et à l'intérêt commun. Le développement en lui-même devrait être durable, mais on l'analyse mieux avec la notion de durabilité qui inclue toute une sorte de question de ressources naturelles, matérielles et humaines.

Nous avons vu, que malgré tout ce qu'a généré le tourisme de masse, depuis qu'il a commencé et jusqu'à son expansion, nombreux éléments ont montré qu'il ne fait pas profiter les populations locales.

De plus, selon le guide voyage (petit futé 2006-2007) p.15-17. Le tourisme de masse a généré trois méfaits majeurs.

- Au point de vue de l'environnement : Certaines zones étant jugées sensibles comme (littorales, montagnes), la construction d'infrastructures touristiques les affecte. Car cela fait venir beaucoup trop de touristes et donc une trop forte fréquentation qui agit sur la faune et la flore. Aussi, la pollution liée à l'activité touristique.
- Au point de vue de l'emploi : Dans le contexte de chômage élevé, le développement touristique entraîne certaines dérives : absence de contrat de travail, absence de considération des employeurs, état de servitudes de la part des touristes et des entreprises. De plus on a

²³ Définition du « développement », *Hypergo*. Disponible sur : [//www.hypergeo.eu/spip.php?article511](http://www.hypergeo.eu/spip.php?article511). Consulté le 5 Mars 2020

constaté des problèmes de concurrence entre des secteurs économiques traditionnels et l'apparition de ce se secteur d'économie de marché à forte valeur ajoutée qu'est le tourisme.

- Du point de vue socio-culturel : On peut remarquer que l'apparition du tourisme a fait disparaître les valeurs sociales au sein d'une population. Le problème découle de l'intégration sociale dans des secteurs traditionnels déjà soumis à des problèmes de restructuration. Un grand problème se pose par rapport à la confrontation entre deux mondes différents : niveau de modes de vie, croyances et comportement.

Nécessairement, il fallait repenser le tourisme et apporter des solutions pour panser tout cela. De nouvelles approches touristiques ont donc permis de résoudre ces problèmes. Il s'est alors avéré important de sortir du schéma touristique balnéaire que proposent généralement les pays de la Caraïbe, notamment Haïti qui a connu sa période de gloire du tourisme de masse et qui dans les années 50-70 était le pays le plus visité de toute la Caraïbe. Mais depuis un certain temps, le secteur touristique connaît un déclin, bien que le potentiel touristique du pays soit énorme avec un patrimoine diversifié, de beaux paysages qui sont encore inexploités. Il serait donc bien essentiel d'appliquer les concepts du développement durable.

Dans ce contexte, apparaît l'écotourisme particulièrement dans l'espace caraïbéen dans les années 1980, avec comme exemple de Costa Rica, pays pionnier en matière de l'écotourisme, (Waever,1994 et Raymond,2007). Néanmoins, s'échapper aux stéréotypes de la tropicale des pays insulaires et offrir d'autres solutions alternatives plus responsables.

Ces différentes formes alternatives sont adoptées par beaucoup d'organismes évoluant dans ce secteur, par exemple, l'association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)²⁴ créée en 2006, qui est un réseau français, il regroupe plusieurs producteurs de voyages dans plus de 50 destinations dans le monde dans le but de faire le voyage un pilier de développement dans un contexte de solidarité internationale. Reconnue nationale et internationale, il est devenu une référence dans la matière, elle dispose du label « garanti tourisme équitable et solidaire ».

ATES associe trois concepts au tourisme équitable et solidaire :

- Le commerce équitable, qui met en transparence le respect et le dialogue entre partenaires pour permettre d'avoir une

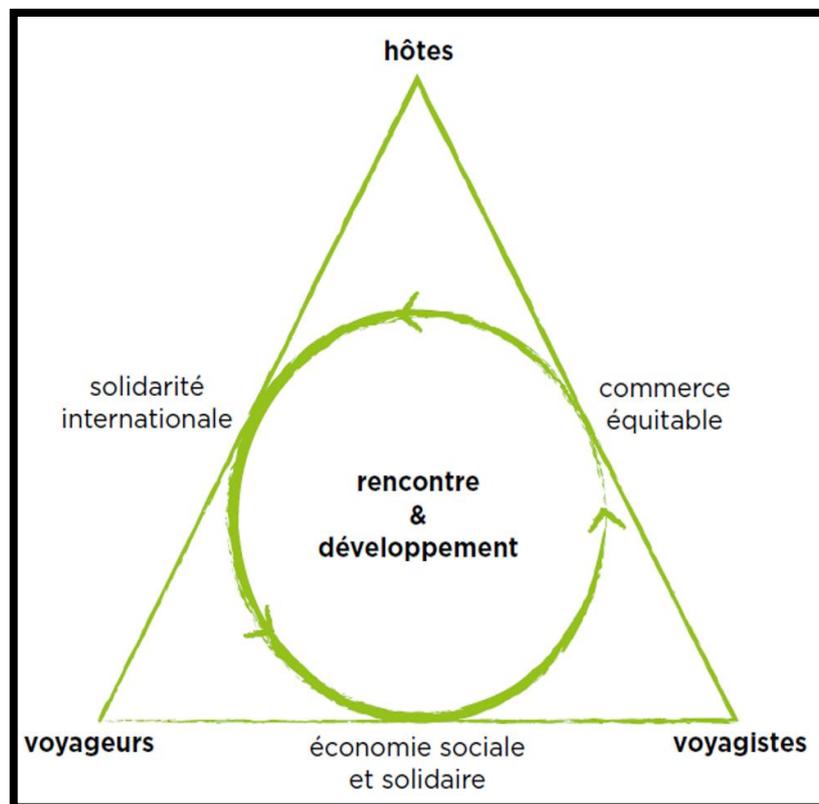
²⁴ Ates, Réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Disponible sur.(Consulté le 02/03/2020).

meilleure équité dans l'échange commercial. Ainsi, permettre aux producteurs d'en bénéficier.

- La solidarité internationale, qui constitue une sorte d'entente afin de comprendre les inégalités entre les pays, en négociant pour ensuite trouver des solutions. C'est le cas des ONG (organisations non gouvernementales) qui contribuent à l'aide au développement des territoires.
- L'économie sociale et solidaire (ESS) qui va aider à entreprendre de façons innovantes aux profits sociaux. Cela se fait à travers des activités économiques tout en mutualisant les services et les moyens.

Ce triangle ci-dessous représente les trois bases du tourisme équitable et solidaire selon ATES.

Figure 11: Le cercle vertueux du tourisme équitable et solidaire²⁵



Selon l'agence voyages " Passion Terre²⁶ ", ces différentes formes de tourisme respectent toutes les principes du développement durable qui doivent répondre aux besoins du présent sans compromettre les générations futures à répondre aux leurs, comme l'a mentionné dans le

²⁵ Source : Ates , Association pour le tourisme équitable et solidaire

²⁶ Passion terre. Agence de voyages canadienne. Différentes formes de tourisme. Disponible sur : <https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/>. (Consulté le 06/03/2020)

rapport de Bruntland en 1987. Bien que chacune met l'accent sur un aspect particulier, mais cela revient au même.

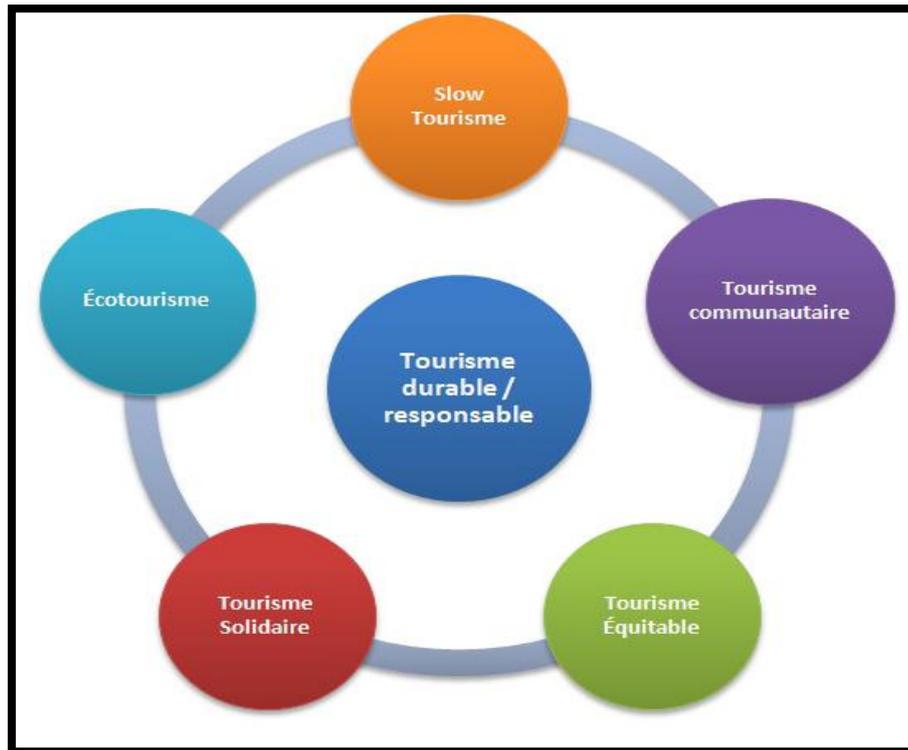
L'agence a ainsi identifié quelques-unes et les a définies selon leur propre mot. Une liste qui n'est pas exhaustive. Elles sont les suivantes :

- **Tourisme responsable** : est une démarche **volontaire** du voyageur ou du voyageur. Voyager responsable, c'est minimiser au maximum son impact sur l'environnement et sur le mode de vie local.
- **Tourisme durable** : il s'agit d'une **philosophie** directement inspirée du développement durable. Il englobe toutes les formes de tourisme respectueuses de l'environnement et soucieuse de bien-être des populations hôtes.
- **Le tourisme communautaire** : ce tourisme est une forme de tourisme dans lequel l'accueil est géré intégralement par les populations locales
- **Le slow tourisme** : Consiste à découvrir une destination à son propre rythme. Plus qu'une forme de tourisme, ce mouvement est un véritable mode de vie qui va à la rencontre des populations locales et sort des sentiers battus.
- **Tourisme équitable** : concept directement inspiré du commerce équitable, le tourisme équitable permet une rémunération plus juste des communautés locales.
- **Le tourisme participatif** : Il a pour but de construire des relations entre les populations d'accueil et le voyageur. Réinvention de l'hospitalité, le voyageur participe activement à la vie locale
- **Ecotourisme** : l'écotourisme est une forme de tourisme **respectueuse** de l'environnement et du bien-être des populations. Il se pratique exclusivement en milieu naturel et doit être une source financière viable pour les communautés d'accueil.
- **Tourisme solidaire** : il permet la création d'un lien de solidarité entre le voyageur et les populations. Une participation financière du voyageur ou du voyageur est réservée à des projets de développement locaux. Les communautés locales sont **parties prenantes** de ces projets dont la finalité est l'amélioration de leurs conditions de vie.
- **L'agrotourisme** : est une forme de tourisme durable dans les **milieux agricoles**. Il se pratique de plusieurs façons : hébergement en chambre d'hôtes, visite de la propriété, dégustation des produits du terroir. Son but est de faciliter la rencontre avec le producteur et pérenniser leur activité en leur permettant de se diversifier
- **Le tourisme humanitaire** : séjour éthique et durable, le tourisme humanitaire participe à l'amélioration des conditions de vie des

populations locales. Transmettre sans avoir et aider au développement local sont autant de tâches auxquelles les touristes sont amenés à participer ».

Le schéma de ces différentes formes de tourisme par l'agence Passion terre représentée par un cercle.

Figure 12: les différentes forces de tourisme durable²⁷



Tous ces termes résument à « faire voyager et voyager autrement » et donc ils suscitent la mise en question de la pratique touristique. Certains acteurs du tourisme devraient donc mieux les considérer, voire les appliquer.

Pour redynamiser l'offre et l'activité touristique d'Haïti avec des perspectives de développement, nous choisissons de nous appuyer sur le tourisme solidaire qui paraît le mieux approprié pour une véritable clé de développement durable du pays au sein de cette étude. Comme nous avons défini le tourisme solidaire précédemment, nous avons compris que cette forme de tourisme peut changer la vie de la population locale. D'après ritmo, Ce tourisme dit "alternatif" « met au centre du voyage la rencontre, l'échange, la découverte d'autres cultures, privilégie l'implication des populations locales des différentes phases du projet

²⁷ Source : Passion terre. Agence de voyages canadienne

touristique, et une répartition plus équitable des ressources générées ». Pour nous permettre de mieux l'analyser, prenons quelques définitions et exemples des organismes qui œuvrent dans le secteur.

Selon le réseau d'information et de documentation pour la solidarité et le développement durable, le **tourisme solidaire** « regroupe les formes de tourisme "alternatif" qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre s'inscrivant dans une logique de développement des territoires ». Ou encore, d'après le blog ritimo²⁸, **le tourisme solidaire** « s'inscrivant à la fois dans une perspective **responsable et équitable**, mais plus directement associée à des projets de solidarité : soit que le voyageur soutienne des actions de développement, soit qu'une partie du prix du voyage serve au financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social ». Toujours d'après ce réseau le tourisme solidaire repose sur certains fondements qui sont les suivants :

- **L'implication** des populations locales dans les différentes phases du projet touristique
- Les rencontres et le **respect** de la personne, des cultures et de la nature.
- Une répartition plus **équitable** des ressources générées
- Une **sensibilisation** des voyageurs et la préparation aux voyages
- Les retombées **économiques** locales

Le tourisme équitable et solidaire, n'existe-t-il pas un lien étroit entre eux ?

2. Le tourisme équitable ou solidaire

Le tourisme équitable et solidaire se retrouve presque toujours, dans ces deux termes, il y'a un rapprochement d'autant plus admissible que solidaires ou équitable. Pour cela il nous faut bien chercher à mieux le comprendre. En effet, Le tourisme solidaire partage avec le commerce équitable l'un des enjeux majeurs : encourager le développement durable. Par ailleurs, les emplois générés par le tourisme solidaire doivent être justes et équitables, car les populations doivent bénéficier de ses retombées économiques créées par l'activité du tourisme.

2.1 Le tourisme équitable

L'expression du « tourisme équitable » se réfère au commerce du même nom. Le commerce équitable s'appuie sur une organisation juste et

²⁸ Ritimo, réseau d'information et de documentation pour la solidarité et le développement durable. Disponible sur : <https://www.ritimo.org/Tourisme-solidaire-211>. (Consulté le 05/03/2020).

contrôlée de toute la chaîne de production. Il s'engage auprès des consommateurs au respect des règles équitables, comme la rémunération décente des producteurs et traçabilité du produit. Si les produits du commerce équitable sont plus chers que les autres, ils garantissent que les bénéfices soient réinvestis dans le développement local de la région. Donc, le tourisme équitable propose un service préalablement établi par les communautés d'accueil, qui participe à la gestion continue de ces activités. Ainsi les bénéfices sociaux, culturels et financiers sont en grande partie perçus localement et équitablement partagés entre les membres de la population autochtone.

2.2 Le tourisme solidaire

Le tourisme solidaire a émergé au lendemain de la décolonisation, par la volonté de certains gérer relations avec les populations locales décolonisées ou en voie de l'être. Conscients des dégâts par le tourisme du Sud, ces groupes de militants aux idéologies et croyances diverses ont organisé des actions de solidarité concrètes. La finalité du tourisme solidaire est d'amener le « touriste-client » à la solidarité dans le processus même du projet touristique. Autrement dit, l'action touristique est inscrite dans une action de développement local. Les bénéfices du tourisme sont réservés en partie aux populations locales lesquelles, idéalement, gèrent elles-mêmes les projets. En cela, le tourisme solidaire partage les principes du tourisme équitable : il introduit une relation de solidarité immédiate entre le touriste consommateur et les populations d'accueil.

Le tourisme équitable et solidaire désigne donc des voyages organisés dans l'objectif d'un vrai échange et d'un contact concret avec les populations accueillantes, dans le respect de leur culture, de leur histoire et de l'environnement. Ils peuvent prendre différentes formes tant qu'ils respectent les conditions établies par la charte du tourisme équitable et s'engagent à :

- **« Ne développer de projets touristiques qu'avec l'accord de toutes les personnes concernées** (y compris les populations indirectement impliquées). Ces projets doivent aller dans le sens du développement durable de la communauté (préservation de l'environnement, du patrimoine, des coutumes.) ;
- **Respecter, ne serait-ce qu'au minimum, les règles de l'organisation internationale du travail OIT, voire d'avantage si la législation du pays prévoit des lois plus protectrices pour les salariés ;**

- **Respecter la concurrence locale en matière de prix**, pour ne pas porter préjudice aux petits prestataires locaux ;
- **Régler une avance aux partenaires** s'ils n'ont pas de fonds de roulement nécessaires à leurs prestations, pour éviter tout endettement ;
- **Réinvestir la majeure partie des bénéfices dans des projets de développement local** gérés par les principaux intéressés ;
- **Informers et former le voyageur** à un meilleur respect des populations qu'il va être amené à rencontrer ».

De plus, les grandes préoccupations d'un développement sont de faire que l'avenir ne soit plus considéré comme incertain pour les jeunes, créer des emplois, multiplier la sécurité financière et alimentaire, promouvoir la stabilité économique d'un pays en difficultés par exemple Haïti.

En effet, le secrétaire général de l'OMT, Zurab Pololikashvili, a affirmé que :

« La croissance du tourisme observée ces dernières années confirme que le secteur est, aujourd'hui, l'un des moteurs les plus puissants de la croissance économique et du développement. Il nous incombe de gérer cette croissance sur un mode durable et de la convertir en retombées concrètes pour tous les pays, en particulier pour toutes les populations locales, par des créations d'emploi et des possibilités d'entrepreneuriat, sans faire de laissé-pour-compte ».

Pour ensuite attester : « C'est pour cette raison que l'OMT placera 2019 sous le signe de l'éducation, de l'acquisition de compétences et de la création d'emplois. »

Par conséquent, nous allons analyser et voir si on peut appliquer les quatre conditions décrites par Pierre Torrente²⁹ qui selon lui, l'activité touristique devient un facteur de développement si l'on prend en compte les quatre conditions réunies axées sur ces fondements. L'activité touristique peut se définir comme un déplacement d'un plan A vers un point B, le point A est considéré comme étant l'univers quotidien ou habituel, alors que le point B est un univers inhabituel. Alors, il est donc important de distinguer son processus. Donc, pour savoir si le tourisme est un facteur de développement, il doit pouvoir répondre aux quatre conditions qui sont les fondements du développement touristique, il s'agit :

²⁹ Torrente Pierre, Diagnostic touristique, cours de Master 1 TIC ADTT, Département ISTHIA, Université Toulouse II, 2019.

- **Le temps libre**
- **Les moyens financiers**
- **La liberté de se déplacer**
- **La liberté pour les populations locales d'accueillir**

En d'autres mots, le tourisme doit se faire hors du temps de travail, sans contrainte et avec des moyens financiers. Donc, les touristes doivent pouvoir se déplacer de façon libre et sans danger. Et surtout, le tourisme ne doit pas être que cette activité économique dans le pays d'accueil. De plus, la population locale doit être en mesure d'accueillir. En plus de ces fondements, pour que cette forme de tourisme soit un facteur de développement, il faut le combiner également avec cinq principes. Ces principes sont autour d'un cycle touristique qui a commencé au départ du grand Tour, à savoir :

- **La condition climatique**
- **La durée du séjour**
- **La fidélisation de la clientèle**
- **La présence de commerces et de service**
- **La place de l'activité touristique**

À titre d'exemple, le flux touristique est engendré en majeure partie par la condition climatique, car au départ les touristes vont quitter l'hiver pour se rendre dans d'autres endroits plus doux. La durée du séjour doit être plus longue, car plus c'est allongée mieux les touristes ont le temps d'apprécier la vie locale, ils vont consommer et cela va permettre à la population locale de vendre les produits locaux dérivés. Ensuite, fidéliser les visiteurs, c'est lui faire revenir sur le territoire. La présence de commerces et de service est importante, et donc le visiteur va être bien servi, mais sachons que s'il y'a trop de touristes, la qualité de services se dégrade.

Il faut donc que ça reste dans un prix qui ne sera pas trop bas. Le but étant de ne pas attirer le tourisme de masse. Enfin, selon le professeur Pierre Torrente, la place de l'activité est primordiale à ce que les populations locales puissent avoir d'autres activités pour ne pas seulement compter que sur l'activité touristique, parce que s'il y'a qu'une seule source d'économie le développement durable n'arrivera pas jusqu'au bout. En outre, nous allons avoir moins de tourisme sur le territoire et cela va permettre à faire avancer et préserver l'économie à partir d'autres secteurs d'activité.

Ces fondements et cycles touristiques démontrés par Pierre Torrente sont sans doute un meilleur moyen d'allier le développement durable et le tourisme solidaire pour qu'enfin on puisse développer une activité touristique viable qui pourra vraiment contribuer vers un réel changement

dans le renouveau touristique en Haïti. En effet, le tourisme solidaire n'est pas une illusion, c'est par ailleurs un marché potentiel énorme.

Nous pouvons considérer que toutes ces formes de tourisme participent à la réflexion et au mouvement de développement durable. Car qu'il soit l'écologie, solidaire ou l'équitable social, on retrouve un seul point commun, le tourisme durable. De plus, selon l'OMT à travers le tourisme durable : *« le développement touristique doit se reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales ».*

Nous pouvons donc dire, dans le cas d'Haïti, pour que le tourisme durable émerge totalement, il faut d'une part, une bonne coordination, d'éducation et d'information vis-à-vis de la population. Et d'autre part, promouvoir le tourisme alternatif tout en priorisant les conditions exposées précédemment qui constituent un cycle vers un développement plus juste et équilibré.

De plus, ce modèle touristique tend à être mis en place dans certaines régions d'Haïti. En effet, si la côte de fer dans la partie occidentale Sud-est du pays fait l'objet d'un développement de tourisme de masse, d'autres zones sont, par contre, choisies pour le développement d'une autre forme touristique, notamment Jacmel dans le Sud-est pour son patrimoine matériel et immatériel, la région de Port Salut dans le Sud-Ouest pour son patrimoine immatériel et l'île à Vache dans le Sud pour sa nature sauvage. Ces régions sont considérées comme des régions protégées car encore vierges de l'industrie touristique. L'écotourisme trouve alors toute sa place.

En dépit du déclin touristique que connaît le pays depuis quasiment deux décennies, après le séisme de 2010, le gouvernement et son ministère a misé dans des projets de développement touristique à grande envergure dans le but de relancer le secteur touristique dans le pays. En outre, le Ministère du Tourisme et des Industrie Créatives appui des projets de différents acteurs, à titre d'exemple, un réseau d'acteurs, Réseau National du Tourisme Solidaire (RENAPROTS) crée en 2003, que nous allons en parler un peu plus tard dans la troisième partie, qui est impliqué et engagé dans le développement du tourisme alternatif sur l'ensemble du territoire national.

Ce réseau est déjà très actif, en effet, il a déjà réalisé des activités comme ; Voyage et Découverte éco-tour d'été, Eco-Tour solidaire ; un produit international qui est désormais à sa troisième édition. D'autres projets en cours, comme les routes à thèmes, particulièrement la route du café à Jacmel qui a commencé depuis 2014.

Conclusion du chapitre 3

Dans ce dernier chapitre, nous avons tenté d'analyser la mise en place de stratégies axées sur le tourisme solidaire, comprendre l'enjeu des différentes formes de tourisme dit « alternative ». Nous avons donc privilégié le tourisme solidaire, qui nous paraît être efficace dans le développement durable pour cette recherche. Nous avons donc compris que le tourisme ne doit pas être la seule source de retombée économique du pays d'accueil et que cela doit simplement faire partie de la vie économique active pouvant aider à améliorer les conditions de vie.

Conclusion de la première partie

Cette première partie nous a permis d'observer et de comprendre les formes de tourisme dit « alternatives » qui émergent dans certaines régions d'Haïti en resituant cette émergence dans le contexte historique de l'industrie touristique de ce pays.

Grâce notamment à une étude des notions fondamentales véhiculées par ces nouvelles formes de tourisme, nous avons pu également faire ressortir les questionnements suivants :

Le concept tourisme solidaire, bien que très pratiqué de nos jours dans le contexte de développement durable, ne fait-il pas l'objet d'enrichissement pour certains organismes et non réellement les populations du pays d'accueil ?

La destination d'Haïti intéresse-t-elle aux voyageurs du tourisme solidaire ?

Sachant que certaines catastrophes naturelles peuvent mettre en cause le développement durable des pays de la Caraïbe, notamment Haïti, ne devrait-on pas chercher une autre mesure pouvant compenser cela dans le temps ?

Tout peut-être possible si on met en place tous les moyens de base.

Dans cette perspective d'analyse, nous pouvons formuler la problématique suivante :

En quoi et comment les nouvelles technologies peuvent-elles contribuer à l'essor d'un tourisme solidaire en Haïti ?

PARTIE II : LA CONTRIBUTION DES TIC AU DÉVELOPPEMENT DU TOURISME SOLIDAIRE EN HAÏTI

Introduction de la deuxième partie

Lors de la première partie, nous avons pu situer Haïti sur le plan touristique face aux autres pays de la Caraïbe. Nous avons également cherché à connaître les notions clés du tourisme facteur de développement durable dans un cadre théorique. Nous allons donc dans cette seconde partie de notre recherche caractériser les hypothèses pour ainsi répondre à la problématique annoncée.

Nous présenterons dans ce chapitre une première hypothèse sur l'utilisation des données sur le territoire, à savoir comment ces données peuvent être exploitables. La seconde hypothèse va nous amener concrètement à instaurer un outil numérique qui pourrait être au service du développement local et mettre en valeur la destination au point de vue d'un tourisme solidaire. Ces hypothèses vont être liées aux nouvelles technologies de l'information et de la communication, moteur de nouveaux enjeux touristiques qui demande de nouvelles pratiques. En rapport à cela, nous avons dégagé la problématique suivante :

En quoi et comment les nouvelles technologies peuvent-elles contribuer à l'essor d'un tourisme solidaire en Haïti ?

Les nouvelles technologies de l'information et de la communication font désormais partie intégrante de la société actuelle et précisément au cœur des activités de tous les acteurs de l'industrie touristique dans le monde. Depuis qu'il y'a eu cette explosion technologique, l'internet a énormément progressé et de plus en plus que ce soit dans le domaine professionnel ou tout simplement dans la vie quotidienne tout se fait en ligne. Certaines entreprises ont dû se mettre à jour pour pouvoir être à la hauteur de ce grand changement et les technophiles en ont fait leur mode de vie. On assiste alors à l'évolution du web pour gérer les flux de données que génère l'internet. Les entreprises, notamment celles du tourisme ont donc saisi ce potentiel qu'offre les nouvelles technologies pour faire connaître leur existence, et de plus le secteur touristique génère le plus important chiffre d'affaires sur le web. Aujourd'hui, l'acronyme qu'on appelle TIC et NTIC pour « nouvelles » technologies de l'information et de la communication est primordial dans l'innovation touristique sur toutes ces formes. Dès lors, les TIC deviennent essentielles dans la transmission et l'échange des informations numériques. Dans les parties qui vont suivre, nous tâcherons d'analyser la contribution des TIC au développement du tourisme solidaire en Haïti.

CHAPITRE 1 : L'analyse des données territoriales comme vecteur de fédération des acteurs impliqués dans une offre touristique

Dans ce premier chapitre de la deuxième partie de cette recherche nous tenterons de définir ce qu'est les données, et ensuite nous nous intéresserons à déterminer les axes auxquelles les données pourraient servir à l'accompagnement des acteurs dans l'offre touristique.

1. Qu'est-ce qu'une donnée ?

D'après l'encyclopédie Larousse ³⁰« *une donnée, c'est ce qui est connu ou admis comme tel, sur lequel on peut fonder un raisonnement, qui sert de point de départ pour une recherche (surtout pluriel)* ». Cela fait référence alors à l'ensemble des données.

Toujours selon Larousse, « *une donnée c'est une représentation conventionnelle d'une information en vue de son traitement informatique* » ou encore « *résultats d'observations ou d'expériences faites ou à l'occasion d'autres tâches et soumis aux méthodes statistiques* ». Par conséquent, ce sont des informations qui vont être collectées et mises à disposition pour être exploitable.

De là vient l'expression « analyse des données » qui selon l'encyclopédie Larousse « *ensemble des méthodes permettant la description de tableaux d'observations statistiques sans faire intervenir aucune hypothèse sur l'origine de ces observations* ». Ces données sont donc produites par des entités en vue d'être exploitées soit en interne, dans ce cas on parle de l'intranet, soit en externe pour faire émerger l'information. La réutilisation de ces données peut être libre ou non.

Mais, ces partages de données sont possibles grâce à l'émergence du numérique au cours de ces quinze dernières années³¹. Le numérique a donc permis à créer, rassembler et stocker une quantité incroyable de données avec le système informatique. Nous entendons par là dans le secteur touristique par exemple, la collecte de données des entreprises de services, des visiteurs, les données des zones les plus visitées, les capacités de l'hébergement, le nombre de restaurants, etc. Il est devenu important dans le secteur du tourisme de valoriser ces données pour en faire l'usage de partage ou pour ajouter de nouveaux services qui apportent de la valeur ajoutée.

³⁰Définitions de donnée. Disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/donn%C3%A9e/26436>. (Consulté le 17/03/2020)

³¹ Données numériques. Disponible sur : https://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2015/2015_01_donnees_numeriques.pdf (Consulté le 17/03/2020)

Cela dit, pour pouvoir rendre disponibles ces données il faut dans un premier temps les construire. Les données sont donc stockées via internet et sont gérées par une base de données. Cette base de données aura toutes les informations recensées, par exemple cela peut être tous les services ou activités que l'on peut retrouver sur le territoire, et donc une plateforme collaborative ou un site web peut être créé et alimenté par une base de données, c'est pourquoi l'utilisation de données devient primordiale dans toute perspective de partage d'information. En plus de cela, pour être créatrices de la valeur, les données doivent être mise à jour, car cela a un impact dans la réutilisation de données. Et ainsi, en maintenir la pérennité.

Le secteur touristique qui est alors concerné par l'évolution rapide des technologies de l'information doit pertinemment rassembler les ressources qui sont donc les données qui permettront de rendre disponible l'offre touristique. Pour cela, les acteurs qui interviennent dans la valorisation des activités touristiques doivent mettre à disponibilité des informations nécessaires au vu d'un développement durable.

1.1 L'innovation et visibilité d'un territoire

L'innovation dans le tourisme est souvent liée au numérique. Qu'est-ce que l'innovation ? Qu'est-ce que le numérique ?

Le numérique englobe l'informatique et est beaucoup plus vaste. En effet, il regroupe non seulement les télécommunications (ordinateur, téléphone, radio), mais aussi l'internet. Ce qui fait qu'il génère des masses de données, c'est-à-dire des informations qui peuvent être réutilisées en les traitant. De nos jours, on assiste à la révolution numérique, qui entre autres modifie nos quotidiens et change nos comportements. À cela, de nouveaux outils sont à la portée de tous, qu'il soit une entreprise ou un simple individu. Dès lors, on parle de l'innovation technologique. Elle permet de créer des richesses et construire de nouvelles méthodes au développement durable.

L'innovation avant tout, s'adresse au tourisme de manière large. *« L'innovation la plus visible dans le secteur touristique est celle apportée par les nouvelles technologies »*. En effet, cela permet entre autres d'améliorer les initiatives menées par les acteurs du tourisme et de les rendre visibles au profit des territoires. *« L'innovation doit d'abord s'exprimer au pluriel : innovations. Elle ne concerne pas uniquement la technique, mais également l'humain dans sa manière de penser et d'agir »*. Il en existe différents types et elles correspondent plus précisément à leur nature, le plus souvent d'une manière méthodologique

elles sont « dématérialisées » et liées au numérique. Le tableau suivant montre les exemples que l'on peut adopter selon ce que l'on cherche à innover.

Figure 13: Typologie d'innovations³²

Typologie d'innovation	Exemples
<p>Logiciel Equipement innovant, infrastructure physique</p>	<p>Sites internet Plates-formes de réservation Logiciel de gestion Logiciel de mise en valeur de sites/musées</p>
<p>Application Nouvelle prestation, nouveau service pour le client</p>	<p>Logiciel sur mobile Applications de visite virtuelle</p>
<p>Data Nouveaux outils de mise en marché d'une offre, de stratégie et de communication, billetterie/catalogue</p>	<p>Traitement et gestion de bases de données Systèmes de comptage de visiteurs Prévisions de trafic passagers</p>
<p>Service non dématérialisé Organisation et communication interne, processus d'achat, gestion</p>	<p>Visites guidées Partage de repas chez les particuliers</p>
<p>Equipement Développement durable, développement local, tourisme responsable</p>	<p>Etiquettes et objets écologiques pour le voyage Hébergement flottants insolites Flacons de vin au format dégustation</p>

Aujourd'hui grâce à l'innovation numérique et aux données créées, la visibilité d'un territoire n'a plus de barrières. En ce sens, l'innovation devient le moteur de développement d'un territoire. L'innovation étant un processus d'amélioration à travers un nouveau dispositif, cela demande la prise des initiatives et la mise en cohésion des acteurs locaux. Par conséquent, la place des TIC devient primordiale. À ce titre, pour rassembler les informations ou plutôt les données que disposent les acteurs qui peuvent être au service du territoire, il faut bien entendu faire recours à des outils technologiques, cela sous-entend par exemple à une base donnée. Bien que, dans la plupart des cas, cette base de données existe déjà, puisqu'au départ tout a commencé avec une idée qui a été mise sur papier ou tout simplement informatisée et conservée pour faire grandir un réseau. Mais quand cette base de données est mise en ligne, elle permet à tout un chacun d'en profiter efficacement. Ceci dit, la dématérialisation est de mise.

³² Source : Synthèse MKL Consulting

De plus, selon la DGE, « les innovations de type base de données restent encore peu nombreuses, pourtant elles peuvent améliorer considérablement les stratégies marketing des opérateurs touristiques en évaluant au plus près les comportements des clients. C'est tout l'enjeu pour le secteur du tourisme, comme pour d'autres secteurs économiques, de l'exploitation du "big data". La mise en relation des informations et des acteurs disponibles sur les territoires touristiques peut également faire l'objet d'innovations dans le domaine des bases de données, notamment pour les institutions. Il y a donc là un créneau d'innovation à fort potentiel ».

Prenons par exemple le cas du réseau (RENAPROTS) Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire en Haïti qui regroupe une vingtaine d'acteurs œuvrant dans le tourisme solidaire. Jusqu'à aujourd'hui, ils ne disposent pas d'outils innovants pour communiquer durablement. Il est donc important qu'ils fassent la transition vers les TIC afin qu'ils développent un dispositif d'information et de communication tout d'abord interne. Par la suite, cela va permettre à une ouverture de partage d'information avec d'autres acteurs pour travailler ensemble sur tout le territoire.

Dans ce cas, la création d'un portail ou une plateforme collaborative, pour valoriser toutes les activités qu'offrent le réseau, pourrait non seulement être à l'ouverture d'une innovation vers l'attractivité du territoire, mais aussi pourrait mettre en valeur la visibilité du réseau. De plus, il fera l'objet de la cohésion de ces acteurs qui le composent. En d'autres mots, il facilitera la mise en relation d'un potentiel de personnes qui vont aussi être informées spontanément des ressources du territoire.

À noter que ces acteurs ont un objectif commun qui est de développer sur le territoire une nouvelle forme de tourisme durable dont le courant est « le tourisme rural communautaire » (TRC) par la mise en valeur des ressources disponibles dans une perspective de développement endogène tout en impliquant la communauté locale afin qu'elle bénéficie de ces activités.

En d'autres mots, un mouvement lié à l'économie sociale et solidaire (ESS) qui renvoie entre autres à l'économie circulaire et de plus, le tourisme fait partie des principaux secteurs dans lequel l'économie collaborative connaît un véritable essor. De ce fait, le portail conçu permettra l'accès à l'information et ainsi permettre un contrôle dans le processus du développement durable.

Les plateformes numériques donnent de très bons résultats, car elles permettent de faciliter la mutualisation des acteurs, bien qu'il soit difficile à mettre en œuvre dans le modèle traditionnel des organismes, mais, se les approprier devient vital.

Par ailleurs, en tenant compte de l'utilisation croissante et rapide des TIC, pour faire de cette innovation un levier de développement et pour s'adapter aux défis et aux progrès technologiques, il faudra tout d'abord intégrer ce concept dans toutes les stratégies futures du réseau d'acteurs à savoir ; l'adaptation aux nouvelles technologies dans la mise en valeur des activités, la formation des acteurs, c'est-à-dire tout ce qui est sensibilisation à l'usage des outils technologiques, l'acquisition et l'utilisation technologique pour qu'ils s'approprient de nouvelles méthodes de travail et la gestion de partenariat avec les organismes extérieurs du réseau. Cependant, il faut bien prendre en compte l'usage des TIC liées aux opérations internes, c'est-à-dire avec les membres de réseau et l'usage des TIC liés aux organismes partenaires du réseau comme le cas du (MTIC) Ministère du Tourisme et des Industries Créatives.

Ainsi, toujours selon la DGE, p94 : Les innovations intégrées dans le secteur touristique sont considérées comme des innovations de rattrapage, car interne à l'organisme.

« Elles correspondent en partie à des investissements immatériels, permettant de se moderniser et d'adopter des outils déjà développés par ailleurs. Il peut par exemple s'agir de l'adoption de pratiques de Yield management, d'une refonte ou d'un développement des sites internet, des logiciels de réservation, le passage à des modes de distributions dématérialisés, la création de postes de community manager... ».

De ce fait, les innovations sont aussi ces nouvelles manières de gérer les organismes touristiques, d'où la nécessité de la sensibilisation et de mise en relation des acteurs évoluant dans le secteur touristique. L'utilisation de données devient un enjeu majeur dans la valorisation des activités d'un territoire et dans la fédération des acteurs. Par conséquent, la création d'une plateforme pour fédérer ces acteurs, notamment RENAPROTS, permettra ainsi de développer l'écosystème d'innovation touristique entre les partenaires et mettre à disposition toutes les données relatives à leurs activités pour alimenter la créativité touristique vers une attractivité territoriale. Nous pouvons donc parler d'une innovation sociale et du tourisme durable sur le territoire. De plus, l'approche durable du tourisme est déjà innovante.

Figure 14: Profil d'innovations³³

Profil d'innovation	Exemples
<p>Produit Equipement innovant, infrastructure physique</p>	Housse de protection de valise avec logiciel Hébergements flottants insolites Flacons de vin au format dégustation
<p>Service Nouvelle prestation, nouveau service pour le client</p>	Jeux et applications de découverte (aide à la visite) Plates-formes de réservation d'hébergement entre particuliers Assemblages de prestations, aide au voyage Location de voitures, de bateaux
<p>Marketing&commerce Nouveaux outils de mise en marché d'une offre, de stratégie et de communication, billetterie/ catalogue</p>	Plates-formes de réservation Bornes interactives d'information Comparsateurs de prix Stratégie digitale, e-réputation, fidélisation, gestion avis clients
<p>Procédé&organisation Organisation et communication interne, processus d'achat, gestion</p>	Logiciels de gestion Processus d'achat
<p>Innovation sociale / tourisme durable Développement durable, développement local, tourisme responsable</p>	Produit / service écologique Mise en relation avec des acteurs locaux Prestations pour les personnes handicapées

Conclusion du chapitre 1

Dans ce premier chapitre, nous avons cherché à définir les notions des TIC à savoir les données, l'innovation dans le secteur touristique. Nous avons montré l'importance d'une base de données dans le développement du territoire et dans la fédération des acteurs touristiques. Nous avons également identifié les types d'innovation et leur importance. Les données numériques ont donc permis non seulement de rendre disponible l'offre touristique, mais aussi de faire le partage d'informations. Avec l'évolution à très grande vitesse de la technologie, l'innovation devient majeure dans l'élaboration des activités touristique. En effet, nous pouvons dire si on veut bien participer dans un développement durable, il faut d'abord innover.

³³ Source : Synthèse MKL Consulting

CHAPITRE 2 : Mise en place d'un outil numérique de valorisation touristique du territoire

Dans ce deuxième chapitre, nous tenterons d'analyser les volets numériques sur le plan de la valorisation touristique sur le territoire vers la mise en place d'un outil numérique.

1. Mutations numériques pour un développement durable

L'évolution très rapide des technologies demande que les acteurs du tourisme soient à l'écoute et à jour dans la proposition de l'offre touristique. L'enjeu du digital aujourd'hui fait qu'il est quasi impossible de ne pas recourir à un outil numérique pour répondre aux différents besoins actuels du point de vue de la valorisation, visibilité, collaboration. De plus, conscients des touristes toujours plus connectés, quelle que soit la forme de tourisme, de nombreux acteurs évoluant dans ce secteur ont compris l'importance du digital et font l'effort d'y investir. En effet, les TIC apparaissent comme un élément majeur de développement durable du tourisme. L'exigence de la présence en ligne se fait donc sentir.

Pourquoi un outil numérique est-il important pour valoriser un territoire ? Outre son importance dans la présence sur le web pour gagner en visibilité en ligne, cela permet notamment de favoriser l'émergence de la communication et le développement, mais aussi participer à l'alimentation de la base de données. « L'enjeu de disposer des informations pertinentes et ergonomiques accessibles est donc primordial ». Il faut alors anticiper en agissant en fonction des besoins des consommateurs. La place à l'image devient primordiale, car il faut attirer, faire rêver en mettant en avant les points forts du territoire. Il convient de souligner que dès qu'on parle de tourisme, il paraît essentiel que les acteurs du tourisme disposent d'un outil numérique, soit un site internet pour mettre en valeur leurs prestations ou le territoire touristique en question.

Ce que peut permettre un outil numérique :

- Valoriser un territoire visuellement
- Promouvoir l'identité et l'atout du territoire
- Représenter des données de façon visuelle
- Partager des informations à l'échelle nationale et internationale
- Mettre en avant la valeur ajoutée de la destination
- Être informé sur des clientèles potentielles par l'analyse statistique
- Maintenir le contact avec des clients à travers des newsletters
- Avoir des avis pour renforcer l'authenticité de la destination
- Connexion avec d'autres réseaux par renvoi des liens extérieurs

- Se géolocaliser avec des cartes interactives...

Comme tout autre secteur qui évolue dans le service en ligne, le secteur touristique quant à lui n'échappe pas aux obligations de s'adapter à cet essor technologique qui ne fait que progresser. Pour que les acteurs puissent être à jour et utiliser les possibilités offertes par les technologies, ils doivent alors innover et transformer par la dématérialisation de leurs modes traditionnels.

Avec l'explosion des nouvelles technologies, le secteur du tourisme doit se plier aux exigences et nouvelles attentes des consommateurs, il est alors important d'offrir un service d'accompagnement impeccable. D'après Raffour.p73. « *Les TIC sont utilisées aussi bien en amont qu'en aval pour la préparation des offres comme pour leur diffusion sur tous les marchés clients* ». De ce fait, afin d'attirer les internautes sur le site, il faut qu'il soit non seulement attractif, mais il doit aussi avoir un bon référencement en ligne pour qu'il soit vu par beaucoup de monde.

De plus, si l'interface du site est splendide, le contenu doit être encore enrichi. Le visiteur ne doit pas se perdre en cherchant des informations. L'ergonomie du site doit être optimisé adaptable pour smartphones, tablette et ordinateur. Enfin, être en ligne demande un effort supplémentaire, car il faut continuellement être en mesure d'alimenter, mettre à jour et notamment actualiser en fonction de la saisonnalité.

1.1 Le marketing du site

Pour vraiment attirer un nombre maximum d'internautes sur un site internet et gagner en visibilité, il est automatiquement nécessaire de faire le marketing du site sans quoi il ne sera pas vu par les internautes. En effet, un site internet quoiqu'ergonomique et bien fait en matière de contenu ne sera pas visité s'il n'y a pas de publications consacrées à celui-ci. De plus, avec la révolution du numérique, vu la quantité de sites en ligne il faut savoir se distinguer. C'est pourquoi il ne s'agit pas simplement d'être présent en ligne, mais de monter une stratégie pour faire connaître son site web. De ce fait, une organisation des informations est à prendre en compte, il s'agit : de la mise à jour, du traitement, de la veille et surtout innover en matière d'offre de prestations en mettant en avant les atouts du territoire.

Dès lors, une bonne campagne publicitaire est nécessaire pour promouvoir le site en insistant sur des mots clés susceptibles de capter un touriste potentiel. L'indexation du site relève également d'un autre effort à déployer pour ainsi être présent dans les premières pages de recherches de Google, on parle alors du référencement naturel et payant, SEO (Search Engine Optimization) ou SEM (Search Engine Marketing). Il serait

judicieux de jouer sur la stratégie du contenu et les mots clés. Le marketing va permettre non seulement d'accroître la visibilité du site et promouvoir la destination, mais aussi de connaître ses clients notamment par la visite du site.

Pour inspirer le potentiel client, le marketing sensoriel qui est plus moderne peut aussi jouer son rôle dans l'attractivité du site, car cela va permettre de faire vivre une expérience spéciale aux clients. Par ailleurs, pour une bonne promotion, le site doit être non seulement recommandé, mais il doit aussi être présent sur tous les réseaux sociaux, cela va permettre d'alimenter la réputation du site. Il faut alors un site adapté et qui attire avec de vraies informations de la réalité.

Les TIC permettent théoriquement d'augmenter les flux d'information accessibles aux consommateurs et aussi adapter en fonction des habitudes du consommateur. Par ailleurs, pour que le site soit une réussite, il faut bien que les contenus soient pertinents et qu'ils captent les utilisateurs. Le but étant d'augmenter son audience. S'en suivent les canaux de distribution.

1.2 Les réseaux sociaux

Le simple fait d'être présent sur le web avec un site internet est déjà un grand pas vers la mutation. Mais, il ne faut pas en rester là. Les réseaux sociaux ont révolutionné les habitudes des consommateurs dans tous les secteurs d'activité et contribuent à accroître l'attractivité des territoires touristiques. La présence sur les réseaux devient donc indispensable, car ce sont des outils qui peuvent aider à capitaliser sur le plan de la visibilité.

De plus en plus, les réseaux sociaux sont présents dans la stratégie des parties prenantes du tourisme, le but étant d'attirer un plus grand public. De plus, ils sont devenus la source d'inspiration des voyageurs. Il est donc essentiel de mettre en valeur le potentiel écotouristique de la destination via les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram et même LinkedIn car ce sont des canaux de communications les plus consultés dans le monde au cours de ces dernières années. Mais il faut savoir les utiliser efficacement. La réalité du numérique est au rendez-vous, en effet « 44% de la population mondiale est présente sur au moins un réseau social ».

Figure 15: Capture d'écran du blog tourisme institutionnel



Facebook, incontournable pour ces publicités dynamiques et très ciblées. Quant à Instagram, c'est le canal le plus visuel et créatif pour promouvoir une destination touristique. En effet les contenus publiés sur Instagram peuvent inciter les utilisateurs intéressés sur le choix de la destination. Twitter rentre dans la liste d'utilisateurs, bien que peu prisé à cause de son format restreint. Mais il joue son rôle dans le secteur du tourisme du point de vue de la relation client pour diffuser les informations.

Néanmoins, il faut assurer l'omniprésence sur ces canaux de communications en les animant constamment. Pour cela, un investissement humain et même financier est à prendre en compte, car « *une communauté d'internautes engagée résulte d'une stratégie de communication engageante* ». C'est pourquoi, de nombreux acteurs du tourisme ont compris l'impact de ces outils du point de vue de la notoriété, trafic, visibilité voire l'e-réputation, et ont engagé un spécialiste de contenu pour les aider à mieux soigner leur présence sur les réseaux sociaux.

La diffusion instantanée sur les réseaux sociaux joue un rôle important dans l'interactivité avec les internautes. Montrer ce qui se passe que ce soit par une photo ou une petite vidéo pour ainsi susciter l'envie. Savoir répondre rapidement aux questions des abonnés ou tout simplement liker en réponse d'un commentaire est fortement recommandé pour les fidéliser.

1.3 L'hyper personnalisation de l'offre touristique

Le modèle d'un tourisme écoresponsable est de plus en plus demandé par les voyageurs soucieux de l'environnement et de l'authenticité. Pour les cibler, l'hyper personnalisation devient alors un outil majeur pour promouvoir une destination et conquérir les voyageurs avec un large choix d'activité en fonction de leur profil et de ce qu'il cherche à faire. Par exemple sur le site, cela peut être une activité d'immersion avec les locaux ou une randonnée hors des sentiers battus. Le but étant de proposer aux visiteurs un service personnalisé. Nous entendons par là une personnalisation poussée pour l'individu avec une adaptation en temps réel tout en gérant les contenus aussi bien que les fonctionnalités et les interactions.

D'autres concepts sont priorisés par les professionnels du tourisme dans les démarches de communication et de valorisation d'un territoire auprès des internautes, comme du contenu et des publications sur mesure. Dans ce cas, il faut chercher à créer des liens forts comme par exemple, des petites séquences de vidéos, des images, la création de récits d'histoires, d'où la « storytelling » sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et Instagram basé sur l'instantanéité de l'information.

La « storytelling » c'est alors une information très courte visible durant 24 heures, composée de vidéos ou des photos qui illustrent un message, avec bien entendu le fameux hashtag, texte et gifs. Ces formats de publication sur les réseaux sociaux sont consultables facilement avec un smartphone. Sans oublier « IGTV » pour Instagram TV, le concurrent de Youtube qui est maintenant très prisé pour diffuser des vidéos. Ce sont donc des opportunités qui permettent d'interagir avec une communauté de « followers » et de rapprocher la destination par un sentiment de partage authentique.

Enfin, selon Raffour, page 79, « Dans le domaine du tourisme en ligne nous devons réussir à créer une symbiose entre nos façons de travailler, qualitatives, créatives, diversifiées, souvent individualistes et les nouvelles expériences de rapidité, réactivité commerciale, écoute basée sur un travail collaboratif ». Dès lors, les acteurs du tourisme pourront connaître leurs produits et ainsi mieux valoriser leur territoire grâce à la diffusion de l'information par un outil numérique.

Conclusion du chapitre 2

Dans ce deuxième chapitre, nous avons montré l'importance du numérique dans la valorisation d'un territoire. Nous avons analysé l'évolution de la technologie dans le secteur touristique et aussi les besoins des touristes qui sont désormais hyper connectés. Par la suite, nous avons vu combien il est crucial que les acteurs touristiques soient présents en ligne pour pouvoir faire connaître l'existence de leurs prestations. Une bonne utilisation des outils numériques comme un site

internet, les réseaux sociaux, peut permettre aux acteurs touristiques de gagner en visibilité et de valoriser leur territoire en termes touristique.

Conclusion de la deuxième partie

On peut ainsi rappeler que les données d'un territoire peuvent aider à la mise en valeur des ressources immatérielles et matérielles du pays. Qu'une plateforme éthique et solidaire peut établir la mise en relation des acteurs locaux et ainsi accroître la visibilité du territoire en question. Qu'un site internet permet d'atteindre une cible plus large s'il est bien référencé. C'est un véritable et nécessaire défi que d'acquérir et d'utiliser l'ensemble des données numériques pour en faire l'usage de partage. En outre, les technologies de l'information permettent que les flux d'informations soient accessibles autant qu'aux acteurs, mais aussi aux consommateurs.

Les acteurs des entreprises touristiques comme le RENAPROTS doivent alors s'approprier le numérique pour ainsi prendre l'envol technologique. Il faut alors bien percevoir l'évolution du secteur touristique et intégrer les éléments pertinents dans l'innovation numérique et les faire progresser durablement. En effet, les TIC offrent cette opportunité de promouvoir sur internet le potentiel touristique d'un territoire, car ils permettent de favoriser la communication à très grande échelle pour atteindre des clientèles potentielles dans le monde entier.

**PARTIE III : LE CAS DU RENAPROTS : UN
RESEAU D'ACTEUR DU TOURISME
SOLIDAIRE DANS LE DEPARTEMENT DE
JACMEL (SUD-EST D'HAÏTI)**

Introduction de la troisième partie

Cette partie consiste à observer comment, sur le terrain, est appliqué le tourisme alternatif en Haïti. Puis, nous examinerons nos hypothèses.

Le premier chapitre de cette partie fera l'objet du terrain d'application. En premier lieu, nous allons exposer le terrain choisi en question dans le cadre de ce mémoire, en conséquence un bref état des lieux du département du pays sera fait puis, en second lieu nous présenterons le réseau RENAPROTS ainsi que les activités qu'ils mettent en valeur sur le territoire.

Le deuxième chapitre nous permettra de mettre en application la méthodologie probatoire proposée afin de mettre en lumière les hypothèses sur le terrain d'application. Ce dernier chapitre fera l'objet d'une expérience réelle que nous avons pu effectuer lors d'un stage pratique sur le terrain.

CHAPITRE 1 : Présentation du département de Jacmel et du réseau RENAPROTS

Nous avons eu une attention particulière pour le département du sud-est parce que non seulement c'est l'une des villes les plus touristiques d'Haïti, mais aussi la plupart des activités de l'un des membres du RENAPROTS se réalisent dans la ville de Jacmel.

Dans un premier temps, nous analyserons la situation géopolitique et touristique de Jacmel puis nous présenterons le réseau RENAPROTS qui œuvre dans le tourisme alternatif.

1. Présentation du département du sud-Est

1.1 Jacmel en quelques chiffres

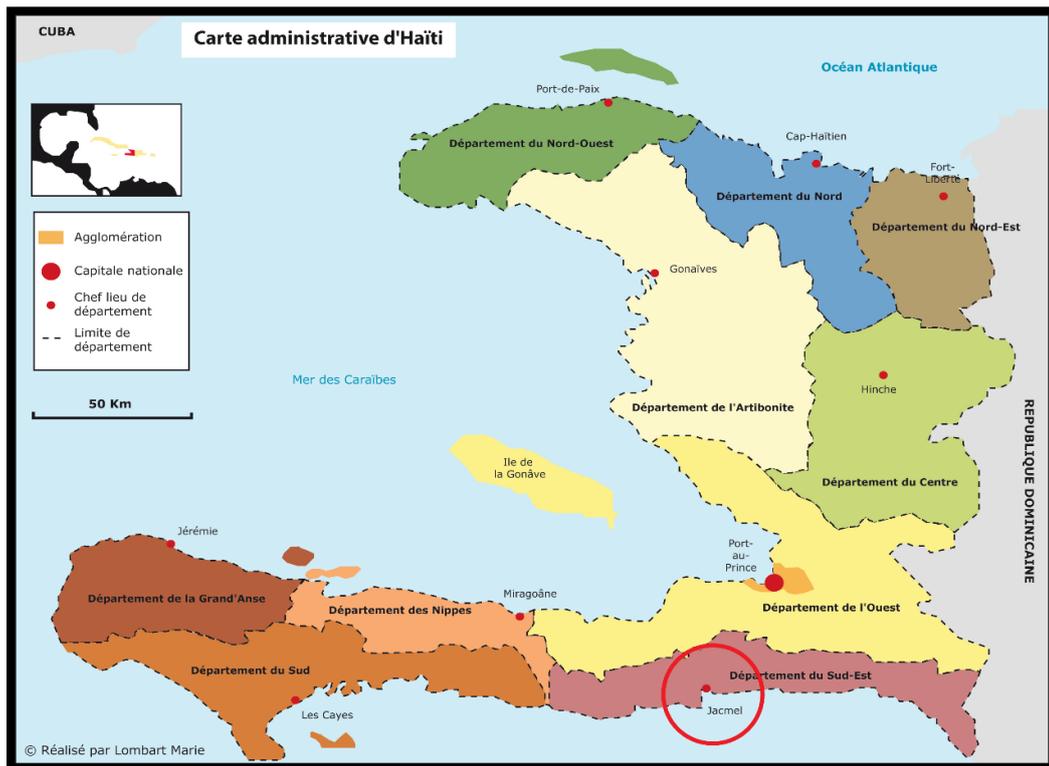
Superficie : 443,88 km²
Population : 187 253 hab
Altitude : 43
Densité : 421,9 hab./km²
Fondation : 1698
Gentilé : Jacmélien(e)

1.2 Le contexte géographique

Jacmel est bâtie au fond d'un vaste golfe sur la mer des Antilles, cernée au nord par des montagnes. Située à l'embouchure de la rivière de la gosseline avec la baie de Jacmel. Elle est connue pour ses plages, car elle est située sur la côte sud d'Haïti et à 84 kilomètres au sud-ouest de la capitale Port-au-Prince. Le département du sud-est est donc divisé en 3 arrondissements et 10 communes. La ville de Jacmel s'est véritablement développée à l'époque à cause des plantations de café et de canne à sucre qui se trouvaient sur le territoire et servaient à l'exportation.

À l'ouest de la ville se trouve la chute du bassin bleu ravitaillé par des cascades et entourée d'une végétation luxuriante. À l'est, des plages comme Kabik, Ti-mouillage, Raymond-les-bains se succèdent.

Figure 16: Carte représentant les départements d’Haïti parmi lequel le Sud-Est³⁴



1.3 Le contexte historique

Jacmel est l’une des villes d’Haïti qui a été marquée par l’arrivée des colons. Fondée en 1698 par la compagnie de Saint-Domingue, une année après que l’Espagne eut cédé la partie occidentale de l’île à la France (traité Ryswick)³⁵. Il semble qu’il doit son nom à un flibustier français, Jacques Melo. Après l’indépendance du Pays en 1804, Jacmel a connu un véritable essor économique parmi tous les pays de l’Amérique latine. En 1806, Jacmel a reçu la visite de Francisco Miranda qui est un des libérateurs de l’Amérique latine et le 12 mars 1806, le premier drapeau des indépendantistes sud-Américains a pu être créé dans la baie de Jacmel. Par la suite, en 1816, 10 ans après, Simon Bolivar, le « Libertador » du Venezuela est passé à Jacmel pour s’approvisionner en armes et munitions et a pu trouver des volontaires pour mettre fin à sa guerre et gagner son indépendance contre l’Espagne.

³⁴ Carte géographique d’Haïti représentant les départements d’Haïti. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/cal/3142?lang=pt>.(consulté le 07/04/2020)

³⁵ Le traité de Ryswick. Disponible sur : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/traite-de-ryswick/>.(Consulté le 07/04/2020)

D'autre part, en XIVE siècle, Jacmel fut la seule ville Haïtienne à être associée avec l'Europe par la Royal British Mail qui assurait le transport des marchandises et des passagers entre Jacmel et la Grande-Bretagne. Jacmel a connu un boom économique de 1848 à 1930, cet essor économique découle exclusivement de la plantation de café. À cet effet, son port fut l'un des plus grands ports exportateurs de café et d'huiles essentielles de la Caraïbe, alors son commerce va contribuer à sa richesse durant toute cette phase. Et de plus, Jacmel fut la première ville du pays à avoir l'électricité, l'eau courante et le téléphone.

Néanmoins, Jacmel a connu sa période de tristesse, car le 9 septembre 1896, un incendie a ravagé la ville. Cela a alors causé une perte énorme de plus de mille maisons détruites, les entrepôts et avec tout l'argent qui étaient stockés dans les coffres forts, car à l'époque les grands commerçants n'utilisaient pas de compte en banque, des efforts de près de cent ans ont été anéantis en quelques heures. Mais les Jacméliens étant courageux ont su reprendre les voiles.

1.4 Au point de vue touristique

Jacmel fait partie des zones prioritaires du plan directeur tourisme (PDT) de 2007 de l'état, rappel (Dautruche, p.66) dans sa thèse. Particulièrement, le gouvernement croit que cette région peut rapporter beaucoup au pays économiquement et veut mettre en valeur un pôle de développement touristique. Mis à part ses plages de sable blanc et ses chutes d'eau dans un décor féérique, Jacmel est reconnue pour son riche patrimoine matériel et immatériel, notamment son carnaval populaire et son savoir-faire remarquable dans la créativité artistique.

Particulièrement, la ville investit dans la promotion de la culture, des traditions, de l'art et de l'artisanat. Elle a été consacrée « ville créative » par l'Unesco³⁶(Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture) en 2014 et est reconnue comme première ville artistique dans la Caraïbe.

Jacmel est réputé pour son artisanat par la créativité des artisans qui s'est fait autour du « papier mâché » que l'on voit sur toutes les formes durant le défilé carnavalesque : de longues parades de personnages historiques, des animaux géants, des représentants de toutes sortes, ces artisans font travailler leur imaginaire.

³⁶ Réseau des villes créatives. Disponible sur : <https://fr.unesco.org/creative-cities/jacmel> (consulté le 07/04/2020)

Le carnaval national de Jacmel est une tradition qui fait venir beaucoup de touristes internationaux et nationaux, notamment la Diaspora haïtienne qui ne laisse jamais passer cette date. Il faut dire qu'à cette période, il faut réserver une chambre d'hôtel un mois, voire deux mois, à l'avance, car tous les hôtels, les gîtes, les auberges sont remplis.

- De grandes figures venant de Jacmel

Une pléiade d'intellectuels de poètes, d'écrivains sont nés à Jacmel, comme Alcibiade Pommayrac(1844-1908) et Félix Morisseau Leroy(1912-1998), pionniers de la littérature créole. Et même des grands maîtres de la peinture haïtienne, notamment Préfète Duffaut, Célestin Faustin et des artistes de renom comme Castera Bazile, etc.

Quand on parle de tourisme, on ne peut pas ne pas penser à Jacmel, en effet son charme particulier et authentique fait qu'elle est la ville la plus visitée d'Haïti que ce soit par les touristes nationaux ou internationaux, elle dispose de nombreux atouts touristiques remarquables comme les chutes de Bassin bleu, le centre historique qui est la zone coloniale et qui abrite des maisons de style colonial préfabriquées importées d'Europe à la fin du 19e siècle.

Le marché en fer qui marque la prospérité de Jacmel, commandé aux ateliers de Bruges en Belgique et édifié en 1895 par le maire Alcibiade Pommayrac, le manoir Alexandra qui fut construit dans les années 1915-1918 et qui a même apparu dans le fameux roman « *Adriana dans tous mes rêves* » du grand écrivain Haïtien René Depestre, la cathédrale datant de 1859, mais malheureusement endommagée par le séisme de 2010.

Les vieilles maisons coloniales datant de 1888 sont converties en hôtels, exemple de la hotte Florita qui garde encore toute son authenticité, et de galerie abritant des œuvres d'art. Et enfin le fameux moulin importé d'Angleterre en 1818 qui servait à broyer la canne à sucre et extraire le jus pour fabriquer du rhum.

(En annexe A se trouve quelques atouts touristiques de Jacmel en photos)

Par rapport aux autres villes, le comité départemental du tourisme du sud-est et la mairie de Jacmel font tout pour garder la ville animée presque toute l'année. De plus, chaque date est célébrée comme le carnaval national de Jacmel qui dure presque tout le mois de février, puis la semaine sainte, en poursuivant vers le 1^{er} mai qui est la fête du Travail ou une grande foire s'installe et toute la population se donne le plaisir de faire de belles visites pour découvrir ce que les artisans ont à offrir.

Le 18 mai, est la fête du drapeau Haïtien, suivi des festivals d'été sur les belles plages, ou encore la Toussaint, qui fait sortir les pratiquants du vaudou exposant leur rituel, fait aussi partie de la culture Haïtienne et plus précisément, des rythmes d'origine africaine. Et enfin, le marché de Noël rassemble les artisans, les artistes, qui font aussi briller la ville, sans compter de nombreux concerts qui se font durant l'année avec l'école de musique de Jacmel et aussi le festival international de jazz de Port-au-Prince ou Jacmel, qui reçoivent de nombreux artistes internationaux.

1.5 Accessibilité pour se rendre à Jacmel

Étant une ville plutôt privilégiée et qui se situe à seulement deux heures de la capitale, elle dispose d'un petit aéroport qui peut seulement recevoir que des petits avions, mais des vols charters se font au départ de Port-au-Prince. En outre, l'aéroport Internationale Toussaint Louverture est à seulement 91 kilomètres de Jacmel. Il est donc aussi intéressant de prendre la route en voiture ou encore en bus depuis la capitale, ce qui est beaucoup plus économique.

Pour circuler à Jacmel, c'est très simple, car les taxis n'en manquent pas. D'autre part, depuis l'aéroport, il existe des agences qui louent des voitures à des prix raisonnables.

2. Présentation du réseau RENAPROTS

2.1 Qu'est-ce que le RENAPROTS

RENAPROTS (Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire) est un regroupement de promoteurs et opérateurs du tourisme alternatif en Haïti. Ce sont de nombreuses initiatives menées par des citoyens haïtiens engagés qui croient dans la prospérité du pays et qui interviennent dans le voyage solidaire et du tourisme rural communautaire (TRC), par la mise en valeur durable des ressources disponibles dans une perspective de développement endogène, avec l'implication des communautés locales comme acteurs bénéficiaires. Le but étant de réorienter le pays vers une socioéconomie locale inclusive et durable. Leur slogan « *Alternatif Ayiti, une offre touristique au service du développement communautaire* ». Dans son champ d'action, le réseau intervient dans le domaine économique, agricole, environnemental, social et culturel.

Par conséquent, sa mission consiste à mettre ensemble les promoteurs et opérateurs du tourisme solidaire et du tourisme rural communautaire qui œuvre en Haïti pour pouvoir mieux orienter et encadrer le développement des activités de ce secteur selon l'éthique de la profession et les normes établies par le ministère du Tourisme et des Industries créatives (MTIC), tout en jouant le rôle de communication entre ces promoteurs et opérateurs, avec les secteurs étatiques concernés et d'autres acteurs du tourisme en général.

Ce réseau a été créé en 2003 et veut être un réseau exemplaire en s'efforçant de mettre en œuvre un cocktail de parcours écotouristiques basés sur la découverte et la promotion des produits locaux d'Haïti tels que la route du café dont nous allons parler un peu plus tard.

2.

2.2 Quelques objectifs

- « *Contribuer tant à professionnaliser l'exercice des métiers du tourisme solidaire en Haïti qu'à mieux faire connaître les produits qu'offrent ses acteurs, en particulier les membres du RENAPROTS, aux niveaux locale, régional, national et international ;*
- *Accompagner le développement du tourisme solidaire sur le territoire national, pour en faire une initiative citoyenne de développement axée, d'une part, sur les thématiques Culture-*

Nature-Histoire et, d'autre part, sur la participation de la population locale comme principale acteur bénéficiaire ;

- *Représenter dignement le secteur du tourisme solidaire, développer des relations privilégiées avec le ministère en charge du secteur et se mettre en relation avec d'autres institutions concernées, publiques et privées avec le ministère en charge du secteur et se mettre en relations avec d'autres institutions concernées, publiques et privées, nationales et internationales ;*
- *Entreprendre des travaux de recherche et d'inventaire, de production et de publication d'informations et de guides, de dissémination et de formation, qui permettraient de mieux faire connaître le secteur, d'identifier et clarifier les besoins à pourvoir pour un développement harmonieux et professionnel ».*

Depuis sa création, il y a un peu plus de 15 ans, le réseau œuvre dans le tourisme alternatif et collabore jusqu'à cette date avec environ vingt-cinq partenaires locaux qui sont des institutions et professionnels sur tout le territoire national et qui sont engagés dans la promotion du voyage solidaire. Nous trouvons des organismes membres tels que :

- Expérience Jacmel, une entreprise touristique responsable qui est spécialisée dans l'organisation d'excursions locales dans le sud-est du pays, donc à Jacmel.
- L'association des Dondonnais en Action, priorise le tourisme alternatif dans le Nord du pays, leur objectif promouvoir le tourisme alternatif au bénéfice de la communauté.
- L'institut de Recherche et Appuis Technique en Aménagement et du Milieu, situé dans le Nord-Est du pays et qui regroupe plus de 400 agriculteurs et éleveurs situant en montagne dans Nord-est du pays. Leur mission c'est de permettre le développement d'Haïti en intervenant en agriculture pour l'adoption d'un modèle agricole durable et l'organisation de la paysannerie sous forme de coopérative et de regroupement. Ils mettent en valeur l'agriculture durable.
- L'association des Paysans de Vallée, qui constitue une initiative interne de pays et qui a pour mission de mobiliser dans son aire d'intervention les paysans pour faire d'eux une force organisée dans la prise en charge de leur devenir, dans l'exploitation rationnelle et adéquate des ressources de leur milieu à des fins

de changement contrôlé et de développement, enfin dans le rétablissement de leur dignité humaine et la conquête de leur intégration sociale. Un projet durable de développement.

Ce choix d'intégration sur le territoire découle, d'une part, d'une nouvelle demande sociale du tourisme en quête d'exotisme, de nouvelles sensations et de proximité avec la population locale comme le permet le tourisme solidaire. De ce fait, un tourisme communautaire, dont le courant alternatif est porteur, et en particulier le tourisme rural communautaire (TRC). Par conséquent, le tourisme rural communautaire se repose à travers une démarche de territoire axée sur le sociétal, c'est-à-dire l'homme et l'environnement dans une valorisation respectueuse des équilibres naturels, et à impact socioéconomique direct sur les communautés d'accueil. Il met l'accent sur la participation directe des acteurs locaux à toutes les composantes de l'activité touristique, y compris les prestations de services, et sur une meilleure intégration du tourisme à l'économie nationale.

En outre, le réseau est très actif par la réalisation des activités durant ces dernières années, nous retrouvons ; Voyages et découvertes, Eco-tour d'été (VD-ETE,2014), Eco-tour solidaire qui est un produit international, Village agrotouristique (VIAT), etc. De plus, RENAPROTS travaille sur un grand projet d'une foire du tourisme solidaire tout en intégrant le dynamisme du tourisme durable promue par l'association des États de la Caraïbe (AEC).

Le réseau joue un rôle majeur dans le pays, car c'est la seule référence à titre d'exemple de tourisme alternatif sur le territoire. C'est l'expression achevée de l'intégration des populations rurales dans la chaîne de valeur du tourisme en trois dimensions concepteur, opérateur et fournisseurs de services touristiques dans une perspective de développement durable, de régénération et de protection du milieu de vie. Depuis sa création, il y a un peu plus de 15 ans, le réseau œuvre dans le tourisme alternatif et collabore jusqu'à cette date avec environ vingt-cinq partenaires locaux qui sont des institutions et professionnels sur tout le territoire national et qui sont engagés dans la promotion du voyage solidaire. Nous trouvons des organismes membres tels que :

- Expérience Jacmel, une entreprise touristique responsable qui est spécialisée dans l'organisation d'excursions locales dans le sud-est du pays, donc à Jacmel.

- L'association des Dondonnais en Action, priorise le tourisme alternatif dans le Nord du pays, leur objectif promouvoir le tourisme alternatif au bénéfice de la communauté.
- L'institut de Recherche et Appuis Technique en Aménagement et du Milieu, situé dans le Nord-Est du pays et qui regroupe plus de 400 agriculteurs et éleveurs situant en montagne dans Nord-est du pays. Leur mission c'est de permettre le développement d'Haïti en intervenant en agriculture pour l'adoption d'un modèle agricole durable et l'organisation de la paysannerie sous forme de coopérative et de regroupement. Ils mettent en valeur l'agriculture durable.
- L'association des Paysans de Vallée, qui constitue une initiative interne de pays et qui a pour mission de mobiliser dans son aire d'intervention les paysans pour faire d'eux une force organisée dans la prise en charge de leur devenir, dans l'exploitation rationnelle et adéquate des ressources de leur milieu à des fins de changement contrôlé et de développement, enfin dans le rétablissement de leur dignité humaine et la conquête de leur intégration sociale. Un projet durable de développement.

Ce choix d'intégration sur le territoire découle, d'une part, d'une nouvelle demande sociale du tourisme en quête d'exotisme, de nouvelles sensations et de proximité avec la population locale comme le permet le tourisme solidaire. De ce fait, un tourisme communautaire, dont le courant alternatif est porteur, et en particulier le tourisme rural communautaire (TRC). Par conséquent, le tourisme rural communautaire se repose à travers une démarche de territoire axée sur le sociétal, c'est-à-dire l'homme et l'environnement dans une valorisation respectueuse des équilibres naturels, et à impact socioéconomique direct sur les communautés d'accueil. Il met l'accent sur la participation directe des acteurs locaux à toutes les composantes de l'activité touristique, y compris les prestations de services, et sur une meilleure intégration du tourisme à l'économie nationale.

En outre, le réseau est très actif par la réalisation des activités durant ces dernières années, nous retrouvons ; Voyages et découvertes, Eco-tour d'été (VD-ETE,2014), Eco-tour solidaire qui est un produit international, Village agrotouristique (VIAT), etc. De plus, RENAPROTS travaille sur un grand projet d'une foire du tourisme solidaire tout en intégrant le dynamisme du tourisme durable promue par l'association des États de la Caraïbe (AEC).

Le réseau joue un rôle majeur dans le pays, car c'est la seule référence à titre d'exemple de tourisme alternatif sur le territoire. C'est l'expression

achevée de l'intégration des populations rurales dans la chaîne de valeur du tourisme en trois dimensions concepteur, opérateur et fournisseurs de services touristiques dans une perspective de développement durable, de régénération et de protection du milieu de vie.

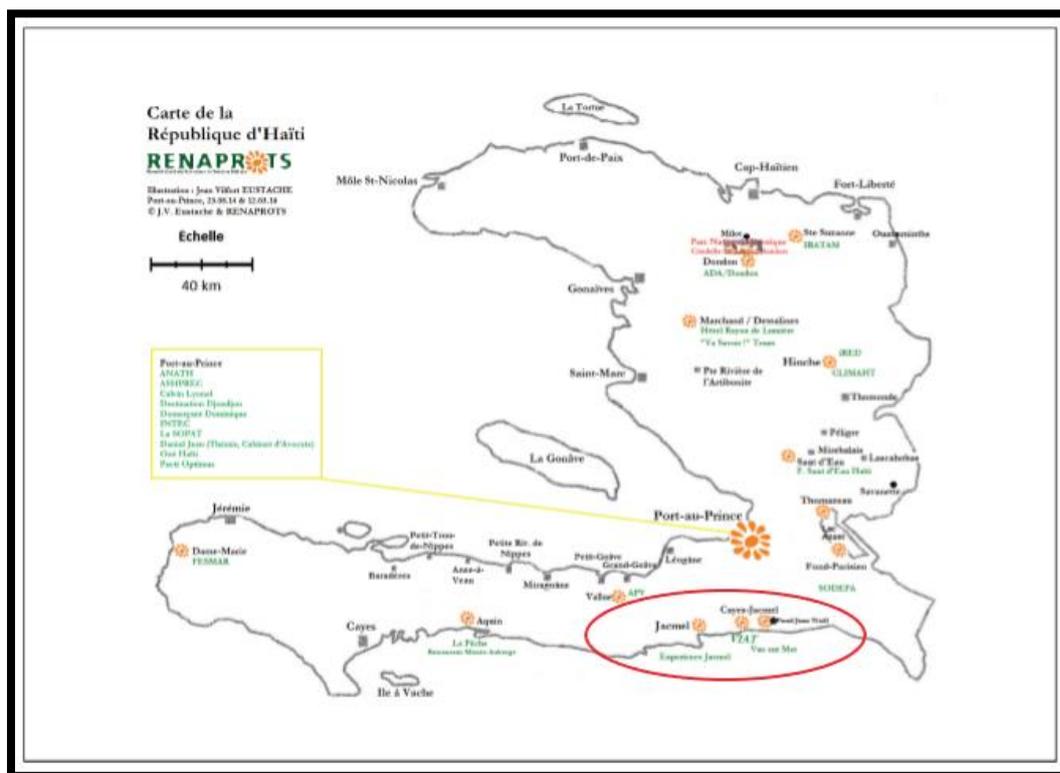
Le tourisme rural communautaire (TRC) que promeut RENAPROTS donne l'occasion de faire revivre le milieu rural à travers toutes ces pratiques qui l'englobent et le tout dans une grande synergie avec la population locale.

(En annexe B se trouve une fiche descriptive du renaprots)

2.3 Apports du (TRC) tourisme rural communautaire au développement sur le territoire

- **Écologie.** L'approche et la philosophie du TRC vise à associer intimement les communautés locales aux activités touristiques depuis la conception de ces dernières jusqu'à la répartition équitable des profits qu'elles génèrent amène la population d'accueil à protéger les éléments de patrimoine constituant la base du produit touristique.
- **Agriculture.** Le TRC encourage le développement de l'agriculture à travers l'importance qu'il accorde aux acteurs de cette filière et la valeur ajoutée qu'il apporte à ce secteur.
- **Économie.** Le TRC permet à la population de trouver des sources de revenus alternatives. Il permet de garder dans la communauté une part beaucoup plus importante des revenus générés par l'activité touristique. Il offre à un nombre beaucoup plus élevé d'acteurs non connectés aux réseaux sociaux d'accumulations traditionnels l'opportunité d'accéder à de nouvelles sources de revenus. Il encourage la production locale aux niveaux agricole, artisanal, artistique et culturel. Dès lors, il constitue une forme de développement plus durable.
- **Société.** Le TRC permet un rapprochement social valorisant. IL favorise un regain de fierté des membres des communautés d'accueil et leur redonne espoir dans l'avenir du pays.
- **Culture.** Le TRC permet enfin de mieux préserver les traditions locales, source de cohésion au niveau national, et de protéger le patrimoine culturel.

Figure 17: Carte représentant la présence du RENAPROTS sur le territoire³⁷



RENAPROTS
 Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire

D'après Rudolf Dérose, le coordonnateur et membre du réseau

« Le Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire (RENAPROTS) développe alors le courant du tourisme rural communautaire comme moyen pour introduire des concepts du tourisme durable dans l'espace haïtien et orienter ses actions ainsi que celles des membres pour projeter et porter lesdits concepts comme modèle en vue de définir un tourisme haïtien avec des spécificités propres et lui conférer une bonne dose d'originalité et donc, une place de choix parmi les destinations de la région ».

Dès lors, le réseau apporte un appui considérable à ses membres et permet ainsi la mise en valeur des ressources humaines, matérielles et immatérielles en alliant la culture, le patrimoine et le tourisme tout en respectant les règles du tourisme durable qui demandent de minimiser les

³⁷ Illustrée par Jean Vilfort Eustache, membre du RENAPROTS.

effets négatifs sur l'écologie et l'environnement en général. Les produits touristiques transformés par cette mise en œuvre créent non seulement de l'emploi dans les communautés, mais aussi les bénéfices sont versés à la communauté.

3. La route du café

3.1 Pourquoi la route du café ?

Dans cette sous-partie, nous tâcherons de parler de la route du café puisqu'elle fait partie du projet durable de RENAPROTS. Comme nous l'avions mentionné dans la partie précédente, RENAPROTS c'est un réseau qui regroupe plusieurs membres dont « *la route du café* » donc plusieurs associations qui ont le même objectif ; le développement de la communauté à travers le courant du tourisme rural communautaire, d'où le tourisme alternatif.

Le café a toujours été une denrée première en Haïti au point où Haïti était un pays exportateur depuis l'apparition de cette culture sur le territoire durant la colonisation française de Saint-Domingue en 1726 et même jusqu'à aujourd'hui. Dans l'histoire d'Haïti, pendant la colonisation le café avait connu son apogée au point où en 1790 grâce à cette denrée Saint-Domingue était au rang de premier pays exportateur mondial de café. À cet effet, nous pouvons voir l'importance que cela peut susciter bien que ce succès de production de café ait perdu sa réputation depuis bien des années.

La route du café a été créée en 2014 avec l'initiative de relancer le café sur le territoire comme projet de développement durable alliant le tourisme à la production agricole axée sur la conservation, la transformation et commercialisation à travers un circuit touristique. Alors, il veut être un instrument socio-économique de la relance de la filière café. Selon Rudolf Dérose, l'entrepreneur qui gère la route du café, le tourisme dont il parle « *c'est le tourisme durable, comme le tourisme responsable ou encore le tourisme solidaire sont tous des branches du tourisme alternatif* ». La route du café étant membres du réseau de RENAPROTS s'inscrit dans la dynamique du tourisme rural communautaire comme instrument de développement avec un double objectif :

- Attirer l'attention sur la communauté où se produit le café avec les retombées positives telles que la création d'activités génératrices d'emplois avec pour finalité de la création de richesses, mettant en valeur l'histoire, la culture, la gastronomie, l'artisanat, les gens à travers leurs talents...

- La remise en valeur des terres en attirant des investisseurs pour refaire les plantations, en majeure partie, en voie de disparition.

En conséquence, le promoteur rappelle que « *le tourisme dit alternatif par rapport au tourisme de masse, a deux règles principales :*

- *La première, minimiser les effets négatifs du passage des touristes sur l'environnement au sens large*
- *La deuxième, s'assurer que les populations locales participent aux activités touristiques en tant qu'acteurs et bénéficiaires des retombées économiques ».*

Aux vues de tout cela, l'écotourisme prend toutes ces formes, garantir la soutenabilité de ce secteur. En effet, cette activité peut être gérée par la communauté et développée à un très faible coût tout en préservant les ressources naturelles et l'environnement. La route du café veut donc être un pilier dans le développement durable du territoire à travers le tourisme alternatif.

La route du café est représentée par Otantik Tours, opéré par différentes associations comme (APKF) Association des Planteurs de café de Fond Jean Noel et avec des partenaires comme le RENAPROTS, le Ministère du Tourisme et des Industries Créatives Haïti et même l'organisation mondiale du tourisme (UNWTO). Elle se fait autour d'une activité agrotouristique incluant :

- Un circuit touristique sur le café
- Un musée du café
- Un programme de reboisement durable lié à un projet d'investissement endogène.

(En annexe C se trouve l'illustration de la route du café)

Ce circuit est basé dans le Sud-Est à Jacmel et leurs principaux enjeux sont, d'une part, faire participer la communauté locale le plus possible aux activités touristiques tout en sensibilisant à la protection de l'environnement. Et d'autre part, intégrer des investisseurs intéressés à la relance de la production du café sur le territoire. Les bénéfices du tourisme rural communautaire (TRC) sont partagés dans la communauté, le but étant d'apporter une économie complémentaire à la communauté et ainsi participer à la stabilité sociale des plus pauvres. Par ailleurs, une formation a été mise en place en vue d'éduquer la communauté sur l'accueil des visiteurs.

Conclusion du chapitre 1

Dans ce chapitre, nous avons pu faire la présentation de notre terrain d'étude qui nous a permis de mieux le situer puis, nous avons pu également présenter le réseau qui œuvre vers les nouvelles formes de tourisme dit alternatif et ensuite détailler les activités qu'il priorise dans le tourisme rural communautaire (TRC) sous une formule « *tout par et pour la communauté* ». Et on a bien vu qu'au-delà de belles plages que possède le pays comme tous les autres pays de la Caraïbe, il existe d'autres potentiels à mettre en valeur pour que le tourisme solidaire soit facteur de développement durable et en même temps qu'il soit en faveur de la communauté locale.

CHAPITRE 2 : La méthodologie probatoire proposée

Enfin dans ce dernier chapitre, nous tenterons de répondre à notre problématique que nous avons mise en avant, à savoir en quoi et comment les nouvelles technologies peuvent contribuer à l'essor d'un tourisme solidaire en Haïti, nous essaierons de mettre en exergue la démarche choisie et la méthodologie employée afin de vérifier nos hypothèses. Nous nous baserons sur les connaissances et des expériences réelles du terrain. À cela, il convient de rappeler les hypothèses que nous avons avancées dans la deuxième partie de ce mémoire. Elles sont les suivantes :

- L'analyse de données numérisées d'un territoire permet de créer un réseau d'acteurs du tourisme solidaire (le cas du RENAPROTS)
- Les technologies de la communication permettent de rendre visible un réseau d'acteurs du tourisme solidaire (le faire connaître aux touristes intéressés)

1. Méthodologie d'analyse des deux hypothèses

Pour cette sous-partie, il convient de faire des recherches afin d'avoir des affirmations plutôt réelles sur nos hypothèses. En effet, la réalité du terrain est importante dans ce processus d'analyse. De plus, réaliser une étude de terrain afin de comprendre les besoins en termes de technologie et développer un outil numérique qui sera utile aux acteurs ainsi qu'aux touristes. Nous savons que pour faire cette analyse, il nous faut recueillir des données, pour ce faire, plusieurs méthodes sont utilisées en sciences

sociales comme les entretiens, l'utilisation des questionnaires, la méthode d'observation, etc.

1.1 La méthode quantitative

Selon Couvreur et Lahuede, « *l'enquête quantitative permet de mesurer des opinions ou des comportements. Elle permet également de décrire les caractéristiques d'une population ayant une opinion ou un comportement particulier* ».

La recherche quantitative est alors rattachée à un style empiriste et positif en vue de tester des hypothèses, elle conduit alors à la collecte, au traitement et à l'analyse statistique de données numériques en vue d'analyser certains faits. Cette méthode va permettre ainsi de recueillir des données à travers des questionnaires standardisés. Dans ce type de recherche, les questions sont le plus souvent plutôt fermées, toutefois elles peuvent être semi-ouvertes, par-là l'enquêteur doit être à l'écoute et ne doit pas dicter des réponses. Les questions peuvent être aussi ouvertes, en ce sens, l'enquêteur obtient une réponse plutôt libre. Ceci nécessitera de faire un autre travail de recodification qui sera subjectif face à l'interprétation. Par ailleurs, les variables comme l'âge, le sexe, les critères sociaux sont d'une grande importance pour croiser les résultats afin de dégager le lien entre eux. Il faut alors un échantillon représentatif relativement massif pour pouvoir examiner le questionnaire, cela va permettre une bonne élaboration des données recueillies.

Selon l'encyclopédie illustrée du marketing³⁸, l'étude quantitative se fait par sondage et elle est réalisée par un questionnaire sous deux formes d'administration :

1) **Le questionnaire administré :**

La méthode d'administration est liée à un formulaire de question auquel l'individu interrogé doit compléter avec l'accompagnement de l'enquêteur qui est présent, soit face à face dans un endroit précis ou tout simplement à distance par téléphone.

2) **Le questionnaire auto-administré :**

La méthode d'autoadministré est liée à un formulaire de question auquel l'individu doit compléter sans l'accompagnement de l'enquêteur,

³⁸ Étude quantitative. Disponible sur : <https://www.definitions-marketing.com/definition/Etude-quantitative/> (Consulté le 10/04/2020)

c'est-à-dire, de manière autonome. Cela dit, les questions nécessitent la simplicité pour faciliter la compréhension de l'interrogé. Par conséquent, elle se fait à distance, donc par internet ou par envoi postal.

Enfin, ces deux formes d'administration se différencient, car la nécessité d'un intermédiaire pour effectuer l'enquête pour l'un n'est pas nécessaire pour l'autre.

1.2 La méthode qualitative

La recherche qualitative est souvent utilisée en général en sciences sociales. Elle paraît être pratique pour trouver le fond de ce que l'on cherche sur l'individu interrogé tout en leur laissant le choix de s'exprimer librement sur les diverses thématiques à questionner.

Cette enquête se fait au plus près du terrain, on rencontre les acteurs, elle permet donc d'avoir une idée des faits, ce qu'une approche quantitative ne pourrait pas montrer. Par conséquent, elle se fait par entretiens.

Ou encore d'après l'encyclopédie illustrée du marketing³⁹ l'étude qualitative sert à extraire des données qui ne sont pas directement chiffrables par les personnes interrogées. Elle vise alors à avoir une compréhension plus profonde des comportements étudiés. En outre, cette enquête donne une possibilité d'être traité en laboratoire. Ainsi, elle s'effectue par des entretiens individuels ou groupés en réunissant plusieurs personnes, ces entretiens peuvent être exploratoires, ce qui va permettre d'entrer en profondeur sur une thématique quelconque, ou alors ils peuvent être probatoires et donc cela va mener à une recherche de preuves, qui est celle que nous avons choisie dans le cas de notre analyse. Par ailleurs, ces entretiens se basent sous trois formes :

1) L'entretien non directif :

L'entretien non directif consiste à la réalisation d'entretiens (individuels ou même collectifs) pendant lesquels l'animateur n'intervient presque pas. Il les laisse alors s'exprimer, les interroge au maximum pour ainsi faire ressortir leurs ressentis ou leurs attitudes. En effet, cet entretien accorde beaucoup d'importance au sens donné à leurs actions par les personnes interrogées. À cela, la neutralité est requise pour cette méthode pour éviter les digressions inutiles.

³⁹ Étude qualitative. Disponible sur : <https://www.definitions-marketing.com/definition/etude-qualitative/>.
(Consulté le 11/042020)

2) L'entretien semi-directif :

L'entretien semi-directif se base sur la réalisation d'entretiens (individuels ou même collectifs) pendant lesquels l'animateur oriente, interroge, avec un guide d'entretien préparé où différents thèmes vont être abordés par l'interviewer sans questionnement précis. Les réponses seront donc spontanées étant donné que cela se passe au moment présent.

3) L'entretien directif :

L'entretien directif quant à lui consiste à la réalisation d'entretiens (individuels ou collectifs) pendant lesquels l'animateur oriente les échanges avec le ou les personnes interrogées tout en utilisant un questionnement précis. Cette méthode nécessite alors une étude profonde au préalable permettant d'ordonner le déroulement de l'entretien.

Enfin, la méthode qualitative semble être la plus fiable pour analyser les comportements des individus dans leur diversité. Les questions étant ouvertes, ce qui laisse une liberté d'expression. L'acteur peut alors se confronter à la réalité de son terrain.

1.3 La méthodologie pour affirmer ou infirmer les hypothèses

Dans le cas de notre analyse, l'étude qualitative à travers la méthode probatoire nous semble plus appropriée. En effet, nous avons eu des expériences réelles sur le terrain. De ce fait, il est judicieux d'étayer nos preuves afin de voir si nos hypothèses sont affirmées. Par conséquent, notre première approche est de mettre en avant notre première hypothèse qui est la suivante :

- L'analyse de données numérisées d'un territoire permet de créer un réseau d'acteurs du tourisme solidaire (le cas du RENAPROTS)

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire (RENAPROTS) regroupe plusieurs acteurs dans les différents départements du pays. Or il n'existe pas de moyen de travail à proprement dit innovant pour piloter leurs projets. Malgré les moyens qu'offrent les technologies à ce jour, ils travaillent de façon traditionnelle, c'est-à-dire par exemple, dans le cadre de leur rencontre mensuelle, ils se contactent par email, au cours des réunions, des notes sont prises, mais après qui ne sont pas stockés dans une base de données. Ce qui amène à la perte d'informations.

Nous avons constaté qu'il n'y'a pas d'outils pour mesurer les activités. Par conséquent, l'échange d'informations, les données de chaque activité issue de différents acteurs membres du réseau qui sont encore traités

traditionnellement peuvent être à l'origine d'une innovation. Nous avons donc jugé utile dans le cas de RENAPROTS de construire un portail pour rassembler tous les acteurs œuvrant dans le tourisme solidaire afin de rendre disponibles toutes les informations qui sont susceptibles de mettre en valeur les activités du réseau et l'attractivité du territoire, comme le permettraient les données numérisées d'un territoire.

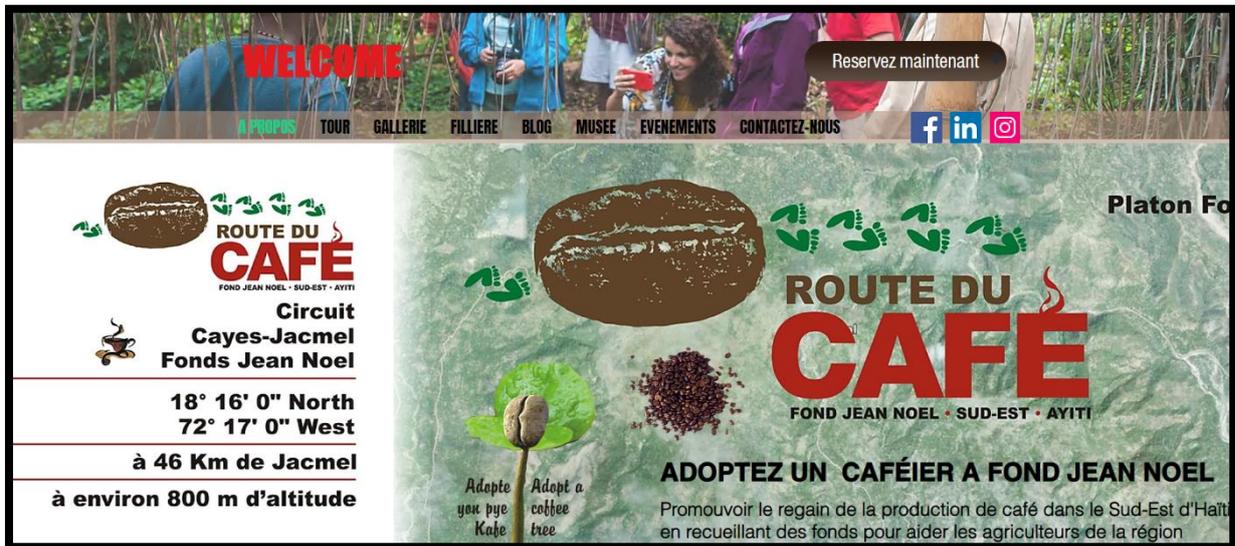
Nous entendons par là une plateforme collaborative qui est un espace d'échange virtuel accessible n'importe où, n'importe quand, juste en quelques clics et qui va permettre aux membres assignés de la parcourir. Ce portail va permettre non seulement de gagner du temps, mais de permettre aux membres de travailler plus efficacement. Dans ce cas, nous parlons de l'intranet. De plus, les membres vont pouvoir mettre à jour les données et les données partagées vont servir dans la gestion de projets d'avenir à long terme, car les données numérisées vont être à la disposition des différents acteurs. Quant à notre deuxième hypothèse :

- Les technologies de la communication permettent de rendre visible un réseau d'acteurs du tourisme solidaire (le faire connaître aux touristes intéressés)

L'évolution très rapide des nouvelles technologies, qui en réalité ne sont plus nouvelles demande une réaction à grande vitesse de la part des acteurs du tourisme. Il existe de nombreuses opportunités pouvant permettre aux acteurs du tourisme de faire connaître l'existence de leur activité, nous faisons alors référence aux sites internet, aux réseaux sociaux et tout ce qui marchent avec comme le marketing. Nous avons donc constaté qu'il n'existe pas d'outil efficace pour rendre visible les activités du réseau à la destination des consommateurs du tourisme solidaire. Alors que si l'on veut promouvoir une destination, la communication via internet comme le permette les (TIC) Technologies de l'information et de la communication, s'avère être indispensable.

D'après notre expérience avec le réseau d'acteurs et l'un des acteurs membres qui propose la route du café qui est une activité agrotouristique crée depuis 2014, leur clientèle actuelle est majoritairement locale, mais ils veulent attirer un plus grand nombre de voyageurs internationaux. Bien qu'il existe déjà un site dédié à cette activité, l'amélioration de ce site est vitale. En effet, le site est, non seulement mal référencé, car il n'apparaît pas dans les premières pages de recherche de Google, mais son contenu laisse aussi à désirer. Internet est donc un facteur de réactivité et d'efficacité, car il permet, en temps réel de se positionner sur le marché si l'on est bien référencé ou de s'en retirer. Ainsi, la refonte du site nous semble pertinemment nécessaire.

Figure 18: Capture d'écran du site de la route du café⁴⁰



Conclusion du chapitre 2

L'objectif de ce chapitre était de mettre en évidence les hypothèses sur le terrain d'étude concrètement afin de voir si ces derniers seraient affirmés ou non sur le territoire. En revanche, étant donné que c'est une mutation pour le secteur, ce qui explique que les acteurs doivent s'appropriier des outils technologiques, il revient alors important que les acteurs se forment pour pouvoir maîtriser ces concepts, et ainsi être optimaux. Nos expériences et nos préconisations semblent répondre aux hypothèses. Toutefois, beaucoup d'efforts de la part des acteurs du tourisme doivent être faits et ainsi mesurer l'impact des TIC de manière à bien les maîtriser et suivre l'exigence de cette évolution.

Conclusion de la troisième partie

Cette dernière partie de ce mémoire nous a permis d'appliquer de façons concrètes les thèmes que nous avons exposés dans les deux parties précédentes.

⁴⁰ Site internet de la route du café : <https://www.routeducafe.net/>

Dans la première partie, nous avons pu comprendre la volonté des acteurs du tourisme de mettre en valeur les activités touristiques de l'ensemble du territoire, leur engouement pour développer le courant du tourisme rural communautaire (TRC). Un tourisme qui fait participer les communautés d'accueil.

Le deuxième chapitre concernait la méthodologie probatoire en expérience sur le terrain d'étude. En ce sens, cela a donné lieu à la vérification de nos hypothèses sur le terrain en question. Nous avons donc remarqué qu'il est nécessaire que les acteurs intègrent les nouvelles technologies dans tous leurs projets pour ainsi participer au réel développement durable du territoire

CONCLUSION GENERALE

« Nous devons être le changement que nous voulons pour le monde ».

Mahatma Ghandi

Le tourisme alternatif, plus précisément le tourisme social et les Technologies de l'Information et de la Communication ont été en priorité le cœur de notre étude. Nous avons cherché à comprendre quels sont les moyens à adopter pour que le tourisme soit facteur de développement dans un pays qui tente de se repositionner sur la carte touristique.

La première partie nous a permis de faire un état des lieux pour étayer le contexte touristique du pays et aussi définir les grands thèmes développés dans ce mémoire. Nous avons pu relever l'impact majeur qu'engendre le secteur touristique à l'échelle mondiale et particulièrement au sein d'un territoire. Par la suite, dans notre deuxième partie nous avons pu mettre en avant nos deux hypothèses en essayant de répondre à notre problématique.

Quant à notre dernière partie, nous avons pu mettre en application via notre terrain d'étude nos hypothèses. Nous avons ainsi présenté la structure et proposé des outils à travers notre méthodologie probatoire en tentant de faire lumière de nos analyses.

Enfin, lors de cette étude, nous avons relevé les faits saillants du tourisme, un secteur qui est toujours en pleine croissance. En effet, selon l'OMT, d'ici 2030, les flux touristiques devraient atteindre plus de 2 milliards de touristes. Cependant, le tourisme durable est au cœur des objectifs de 2030 de l'OMT qui se préoccupe de faire bénéficier les populations locales. Ainsi, elle vise les initiatives économes en ressources et plus performant aux points de vue économique, social et environnemental.

Nous avons pu comprendre malgré les flux énormes du tourisme de masse, les recettes de celui-ci ne profitent pas aux communautés d'accueil. En parallèle, de nouvelles formes de tourisme durable qui intègrent les populations locales et qui tendent à une juste redistribution des richesses ont vu le jour pour ainsi limiter les inégalités et les impacts néfastes du tourisme du sud. Nous pouvons considérer que toutes ces formes de tourisme participent à la réflexion et au mouvement de développement durable. Car qu'il soit orienté vers l'écologie, le solidaire ou l'équité sociale, on retrouve un seul point commun, le tourisme durable.

Quant à Haïti qui ne possède pas toutes les accessibilités pour le tourisme de masse, le tourisme alternatif serait fortement recommandé. Bien que le secteur du tourisme solidaire représente que très peu de voyageurs sur le territoire, c'est une opportunité à saisir pour les années à venir.

Nous avons également noté que les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ont beaucoup bouleversé le secteur économique, en particulier celui du tourisme. Le tourisme étant en pleine mutation, il entraîne alors de nombreux changements et de nouveaux modes de consommation. Les TIC sont donc devenus un élément essentiel à toute activité touristique que ce soit du côté des professionnels que du consommateur.

Le web est alors un facteur de réactivité et d'efficacité, car il permet en temps réel de se positionner sur le marché si l'on est bien référencé. Dans ce cas, par rapport à l'accroissement de la puissance internet et l'essor des nouvelles technologies, les acteurs du tourisme doivent alors s'approprier le numérique pour ainsi développer durablement leur territoire.

Les TIC représentent-ils des freins au développement des nouvelles formes de tourisme durable parce que ça sous-entend une consommation de masse ? Ils révèlent plutôt bien des avantages car elles prennent part aux besoins économiques, sociaux et environnementaux aux vues du développement durable. En effet, le numérique permet de mettre en valeur un territoire touristique et fédérer les acteurs. En outre, un site internet peut permettre d'atteindre une large cible. Une plateforme éthique et solidaire peut établir la mise en relation des acteurs locaux du tourisme. Le tourisme alternatif prend le terrain mais les voyageurs restent davantage toujours connectés.

Le choix du sujet d'étude s'est fait dans la bonne volonté de voir une meilleure image d'Haïti et d'aider à l'avenir dans le développement durable de ce pays sur le même thème du tourisme alternatif et les TIC. C'est pourquoi, nous n'allons pas nous arrêter là, nous proposons de continuer ce sujet mais dans un autre volet de recherche en Master 2.

BIBLIOGRAPHIE

1) Ouvrages

- BRUC M., GONZALEZ S. (2013), M-tourisme et géolocalisation au service du développement touristique, Territorial, Collection Dossier d'experts, n°757, 110 p.
- BRUNEL, S. (2018), Le Développement Durable. Collection : que sais-je ? Presses Universitaires de France. 128 p.
- COLLOMBON J-M Barlet, S. et RIBIER D. (2013), Tourisme solidaire et développement durable. Editions le Gret et Agridoc, 120p.
- COSAERT, P., BART, F (dir), (2003), Patrimoines et développement dans les pays tropicaux. Collection espaces tropicaux. Bordeaux, Dymset. N°18, 714 p.
- COUSIN S., REAU B.(2009), Sociologie de tourisme. Collection repères. Editions la découvertes, 128 p.
- DAUTRUCHE J.R (2013), Culture, Patrimoine et Tourisme en Haïti. *Construction et dynamique de reconstruction d'une destination touristique*. Thèse, Québec, Canada, 338p.
- DUTHION B., MANDOU C.(2016), *L'innovation dans le tourisme. Culture numérique et nouveaux modes de vie*, Collection Tourisme, De Boeck, Paris, 200 p.
- EMILE, C.J. (2014), Tourisme et Développement Durable en Haïti, *vers la diversification de l'offre touristique sur la Côte des Arcadins*. Bibliothèques et Archives Nationales du Québec/Canada. Bibliothèques Nationale d'Haïti .210 p.
- FROGER, G.(2010), Tourisme durable dans les Suds ? S.I. : P.I.E. Peter Lang S.A
- GREFFIER, L. (2006), L'animation des territoires : *les villages de vacances du tourisme social*. Collection repères. Editions la découverte. 260 P.
- PESME, J.O. (1997), Tourisme et développement durable à Saint Thomas (iles vierges Américaines). Collections « iles et archipels ». 210 p.

- RAFFOUR G. (2002),. L'impact des NTIC dans le secteur du tourisme – Enjeux et recommandations, Direction du Tourisme, Mars, Paris, 122 p.
- SCHEOU, B. (2009),. *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme ?* 311p.
- TUFFIER J. (2017-2018),. L'impact des nouvelles technologies dans le milieu des agences de voyage. Mémoire de Master de première année, parcours, TIC appliquées au développement des Territoires Touristiques. Université Toulouse Jean Jaurès. Département ISTHIA ,73p.
- VICERIAT P., ORIGET du CLUZEAU C.(2009),.Le tourisme des années 2020.Des clés pour agir. Documentation française,208 p.

2) Articles de revues

- Auteurs. Tourisme solidaire. Petit futé, première édition,2006-2007,p15-48.
- BERTRAND.N (2001). Dans Revue d'Economie Régionale et Urbaine. Technologie d'information et de communication : quel rôle dans les dynamiques territoriales de développement ? P.135-152. Consulté à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-d-economie-regionale-et-urbaine-2001-1-page-135.htm> le 08/12/2019. Le 09/12/2019. Mis en ligne sur Cairn.Info le 01/04/2012.
- CRAVATTE, C. (2006). Dans Autrepart. La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec « *la population local* ». N°40. P. 31-44. Consulté à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-autrepart-2006-4-page-31.htm#> , le 09/12.2019. Mis en ligne sur Cairn.info le 01/03/2010.
- BEDARD, F., Adaptation aux nouvelles technologies dans l'industrie du tourisme. Téoros, Revue de recherche en tourisme. Automme 1999,Vol.18, N°3,p.33-40.
- BENVENISTE, F., Qu'est-ce qu'un bon site internet ?.Nouvelles technologies. Les cahiers espaces, Février 1997,p62-65.

- GAGNON S. , L'attractivité touristique des territoires. Téoros, Revue de recherche en tourisme, Été 2007, Vol.26, N°2, p.3-4.

- DEHOORNE, O., Tourisme dans la Caraïbe. La nécessité de sortir du tourisme de masse. Téoros, Revue de recherche en tourisme, Printemps 2007, Vol.26, N°1, p.3-14.

- PAUL, J. C. & Ghislain D. Tourisme durable, Aménagement : Les indicateurs du tourisme durable. Les cahiers de l'espace. P 30-33.

- SACAREAU, I. (2007). Au pays des bons sentiments : quelques réflexions critiques à propos du tourisme solidaire. Téoros. Revue de recherche en tourisme, 26(3), 6-14.

TABLE DES FIGURES

Figure 1: Présentation géographique de la République d’Haïti	13
Figure 2: Le bassin de la Caraïbe	15
Figure 3: Les dix premières destinations dans la Caraïbe insulaire entre 1990 et 2004	16
Figure 4: Tableau des revenus du tourisme dans la Caraïbe par destination de 1998 à 2002 (en millions de dollars US)	17
Figure 5: Tableau des revenus du tourisme dans la Caraïbe par destination de 1998 à 2002 (en millions de dollars US), parmi lesquels se trouve Haïti (suite)	18
Figure 6: Tourisme international 2017 (OMT)	24
Figure 7: Tourisme international 2017 (OMT)	25
Figure 8: Tableau des Arrivées mensuelles des touristes de séjour entre 2011 et 2015	28
Figure 9: les trois piliers du développement durable	31
Figure 10: Les 17 objectifs de développement durable	33
Figure 11: Le cercle vertueux du tourisme équitable et solidaire	37
Figure 12: les différentes forces de tourisme durable	39
Figure 13: Typologie d’innovations	50
Figure 14: Profil d’innovations	53
Figure 15: Capture d’écran du blog tourisme institutionnel	57
Figure 16: Carte représentant les départements d’Haïti parmi lequel le Sud-Est	62
Figure 17: Carte représentant la présence du RENAPROTS sur le territoire	72
Figure 18: Capture d’écran du site de la route du café	80

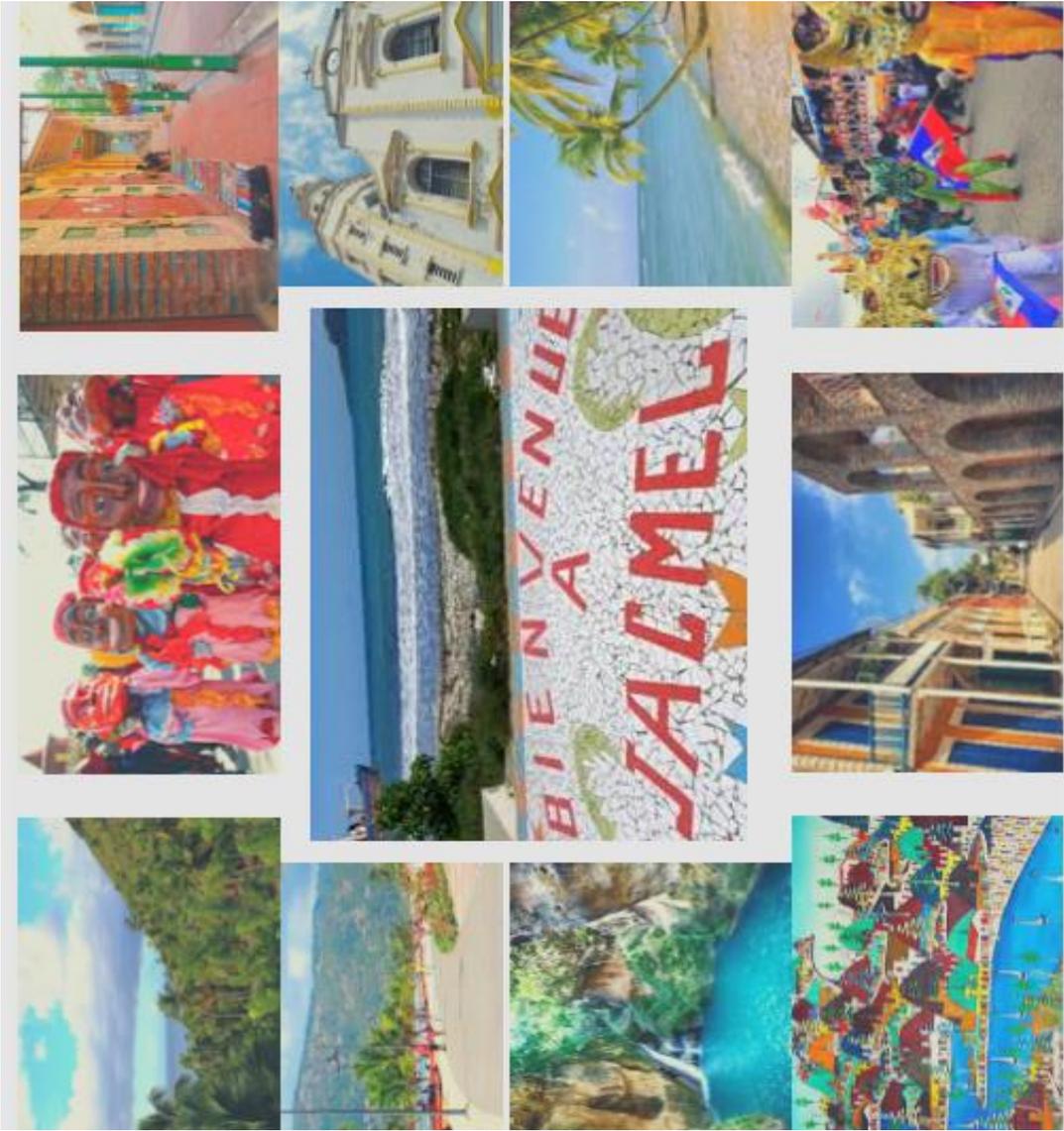
ANNEXES

ANNEXE A : FICHE DESCRIPTIVE DE RESEAU (RENAPROTS)

ANNEXE B : ILLUSTRATION REELLE D'UNE DES ACTIVITES DU RESEAU

ANNEXE C : COLLAGE DE PHOTOS MONTRANT LES ATOUS TOURISTIQUES DE JACMEL

ANNEXE A : Quelques atouts touristiques de Jacmel



ANNEXE B : Fiche descriptive du tourisme rural communautaire (TRC) du RENAPROTS

“ Le Réseau National des Promoteurs du Tourisme Solidaire (RENAPROTS), développe le courant du Tourisme Rural Communautaire (TRC) comme moyen pour introduire les concepts du tourisme durable dans l'espace haïtien et orienter ses actions ainsi que celles des membres pour projeter et porter lesdits concepts comme modèle en vue de définir un tourisme haïtien avec ses spécificités propres et lui conférer une bonne dose d'originalité et de par cela, une place de choix parmi les destinations de la région.

Ainsi, le Réseau exhorte ses membres à toujours œuvrer dans ce couloir en innovant sans cesse, alliant Culture, Patrimoine et Tourisme dans le but de mettre en valeur les ressources humaines, les ressources matérielles et immatérielles dans les localités en les transformant en produits touristiques pour les rendre utiles aux yeux des populations, de là, les protéger et ainsi faire participer les gens des collectivités en tant qu'acteurs et bénéficiaires des activités touristiques.”



Réseau National
des Promoteurs
du Tourisme
Solidaire

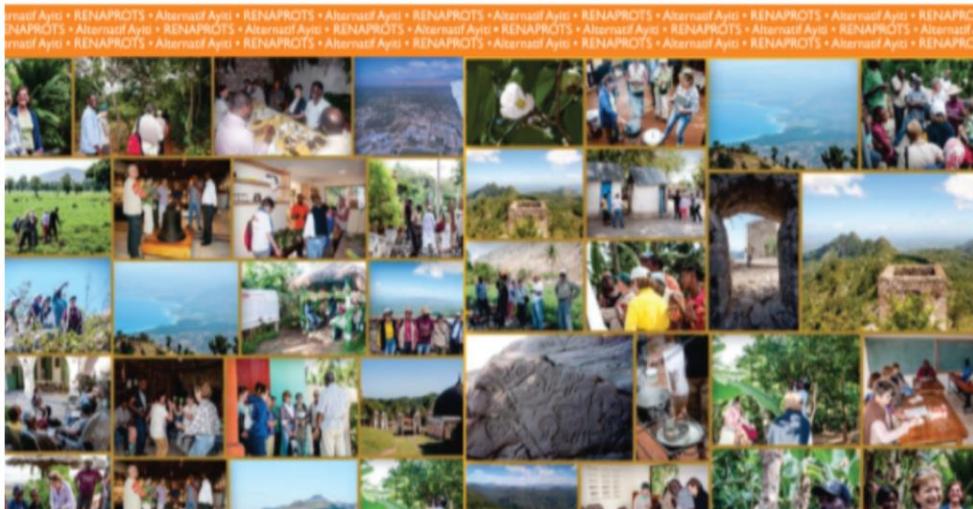
propose

“Alternatif
Ayiti”

Une offre
touristique
au service du
développement
communautaire !

Rudolf Dérose
Coordonnateur
le 5 décembre 2017

RENAPROTS
renaprots@gmail.com, rudy.derose@gmail.com
<https://www.facebook.com/renaprotstourismesolidaire>



ANNEXE C : Expérience concrète de la route du café à JACMEL

Partons à la découverte du café d'Ayiti !
Entre amis ou en famille apprenez tout sur le café:

ROUTE DU CAFE
FOND JEAN NOËL - 2007 - 2011

Une activité agro-touristique avec:
Un circuit sur le thème Café
Un musée du Café
Un programme de reboisement durable

Offrez-vous un tour!
Faites œuvre qui vaille tout en profitant d'une expérience inoubliable !

Pour information et Réservation:
Tessera, Cayes-Jacmel
Tél.: (509) 3418-1010
rudy.deroose@gmail.com
info@routeducafe.net

ROUTE DU CAFE
FOND JEAN NOËL - 2007 - 2011

Partons à la découverte du café d'Ayiti !

Adopte une puce Kafé, Adopte un arbre à café

www.routeducafe.net
<https://web.facebook.com/routeducafe/>
info@routeducafe.net

Voy sur mer
Tessera, Cayes-Jacmel
Tél.: (509) 3418-1010
rudy.deroose@gmail.com
info@routeducafe.net

ROUTE DU CAFE
FOND JEAN NOËL - 2007 - 2011

Partons à la découverte du café d'Ayiti !

www.routeducafe.net
<https://web.facebook.com/routeducafe/>

ROUTE DU CAFE
FOND JEAN NOËL - 2007 - 2011

De la mer à la montagne, c'est un projet écologique qui vise à réduire considérablement l'érosion et, par conséquent, à protéger les fonds marins contre le débordement des eaux de ruissellement provenant des bassins versants touchés par la pluie.

Une structure de sensibilisation sociale dans les communautés aide à dégaier, du côté des acteurs, des comportements responsables vis-à-vis des écosystèmes et de la nature en général.

La Route du Café s'inscrit dans la dynamique du tourisme rural communautaire comme instrument de développement durable avec un double objectif:

1. Attirer l'attention sur la communauté où se produit le café avec les retombées positives telles que créations d'activités génératrices d'emplois débouchant sur la création de richesses en mettant en valeur l'histoire, la culture, la gastronomie, l'artisanat, les gens et leurs talents...
2. La remise en valeur des terres en attirant des investisseurs pour relancer les plantations, en majeure partie, en voie de disparition.

La Route du café insiste sur l'accompagnement du tourisme dans la dynamique agricole en général et la production caféière en particulier (agro-tourisme) comme étant majeure jouant un rôle d'émancipation économique et sociale, avec deux résultats majeurs possibles à la clé: a) la diminution de la coupe des arbres; b) la diminution de l'exode rural vers les villes et les pays étrangers.

Rudolf Deroose
Pilotageur du projet

Le Circuit et ses étapes

- 1.- Le Parking
- 2,8,9.- Le Siège de Asosyasyon Planté Kafé Fonjannwèl (APKF)
- 3.- Le Germeoir et la Pépinière
- 4.- Chemin Joliet pause kokoye
- 5.- Jardin modèle
- 6.- Expérience café
- 7.- Musée
- 8.- Moulin
- 9.- Retour à APKF

Platon chapèl / Fond Jean Noël

Image © 2017 DigitalGlobe
© 2017 Google

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE.....	6
INTRODUCTION GENERALE.....	7
PARTIE I : LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME EN HAÏTI - ÉTAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES	11
CHAPITRE 1 : Les fluctuations de l'activité touristique en Haïti	13
1. 1. Haïti : sa géographie et son histoire	13
1.1 Haïti et le bassin de la Caraïbe.....	14
1.2 Les principaux repères de l'histoire de l'industrie touristique en Haïti.....	19
1.3 Sa forte expansion	20
1.4 Sa chute.....	21
CHAPITRE 2 : les limites du tourisme de masse	22
1. L'arrivée des touristes internationaux.....	22
2. Une promotion du tourisme de masse, quel tourisme pour Haïti ?.....	26
CHAPITRE 3 : la mise en place de stratégies axées sur le tourisme solidaire en Haïti	29
1. Le tourisme solidaire : facteur de développement durable des territoires	29
1.1 Les différentes formes du tourisme dit alternatif.....	34
1.2 Les perspectives de développement du tourisme solidaire en Haïti	34
2. 2. Le tourisme équitable ou solidaire	40
2.1 Le tourisme équitable	40
2.2 Le tourisme solidaire.....	41
3. Conclusion de la première partie	45
PARTIE II : LA CONTRIBUTION DES TIC AU DÉVELOPPEMENT DU TOURISME SOLIDAIRE EN HAÏTI	46
CHAPITRE 1 : L'analyse des données territoriales comme vecteur de fédération des acteurs impliqués dans une offre touristique	48
1. Qu'est-ce qu'une donnée ?	48
4.	49
1.1 L'innovation et visibilité d'un territoire.....	49
CHAPITRE 2 : Mise en place d'un outil numérique de valorisation touristique du territoire	54
1. Mutations numériques pour un développement durable	54
1.1 Le marketing du site.....	55
5.	56
1.2 Les réseaux sociaux.....	56
1.3 L'hyper personnalisation de l'offre touristique	57
6. Conclusion de la deuxième partie	59
PARTIE III : LE CAS DU RENAPROTS : UN RESEAU D'ACTEUR DU TOURISME SOLIDAIRE DANS LE DEPARTEMENT DE JACMEL (SUD-EST D'HAÏTI)	60
CHAPITRE 1 : Présentation du département de Jacmel et du réseau RENAPROTS.....	61
1. Présentation du département du sud-Est	61
1.1 Jacmel en quelques chiffres	61
1.2 Le contexte géographique.....	62
1.3 Le contexte historique	63

1.4	Au point de vue touristique.....	64
1.5	Accessibilité pour se rendre à Jacmel	66
2.	Présentation du réseau RENAPROTS.....	67
2.1	Qu'est-ce que le RENAPROTS	67
2.	67
2.2	Quelques objectifs	67
2.3	Apports du (TRC) tourisme rural communautaire au développement sur le territoire	71
3.	La route du café	73
3.1	Pourquoi la route du café ?	73
CHAPITRE 2 : La méthodologie probatoire proposée.....		75
1.	Méthodologie d'analyse des deux hypothèses.....	75
1.1	La méthode quantitative.....	76
1.2	La méthode qualitative	77
1.3	La méthodologie pour affirmer ou infirmer les hypothèses.....	78
2.	Conclusion de la troisième partie.....	80
CONCLUSION GENERALE		82
BIBLIOGRAPHIE		84
TABLE DES FIGURES		87
ANNEXES		88
ANNEXE A : Quelques atouts touristiques de Jacmel		89
ANNEXE B : Fiche descriptive du tourisme rural communautaire (TRC) du RENAPROTS.....		90
ANNEXE C : Expérience concrète de la route du café à JACMEL		91
TABLE DES MATIERES		92

Résumé

Ce mémoire propose un état des lieux du tourisme en Haïti, en portant une attention particulière au développement du tourisme solidaire observé au cours des dernières années dans certaines régions.

Les questions soulevées par ce nouveau contexte de valorisation de l'économie touristique, qui permet aux populations locales d'y prendre part, et de répondre aux attentes de voyageurs de plus en plus connectés et en recherche d'authenticité, sont abordées à travers le prisme des nouvelles technologies.

Mots clés : Tourisme alternatif, tourisme solidaire, Technologies de l'Information et de la Communication, développement territorial durable, Communauté locale, Caraïbe, Haïti.

Summary

This brief proposes an inventory of tourism in Haiti, with particular attention to the development of solidarity tourism observed in recent years in certain areas.

The questions raised by this new context of enhancing the tourist economy, which allows local populations to take part in it, and to meet the expectations of travellers who are increasingly connected and in search of authenticity, are addressed through the prism of new technologies.

Key words: Alternative tourism, solidarity tourism, Information and Communication Technologies, sustainable territorial development, local community, Caribbean, Haiti.