

Dossier
7

Développer des associations locales

Le problème:

Des associations avec des résidents et des voisins peuvent couvrir un grand nombre de problèmes : la gestion des déchets, l'utilisation de l'eau, la distribution de l'énergie, le développement des marchés d'artisanat local, les services locaux de guide, l'amélioration des services et des entreprises du pays, l'aménagement du bord de mer, la création de rues piétonnes, de restaurants et bars locaux, la gestion des divertissements et le développement de nouveaux divertissements, le contrôle de la mendicité, de la circulation, du tourisme sexuel, et du crime, de même que les festivals pour que les habitants du pays et les touristes s'amusent.

Il existe de nombreuses possibilités pour enrichir la destination. Pour que la destination touristique ait du succès il est nécessaire que la communauté qui reçoit fasse bon accueil aux touristes. Un argument que présente l'entreprise pour s'assurer qu'il y a des avantages significatifs locaux provenant du tourisme pour les communautés locales, c'est « le permis de gérance » (voir Dossier N° 1). Les communautés locales sont réduites au colportage et à la mendicité quand on leur refuse le droit de vendre aux touristes et quand les touristes ne sont pas bienvenus et sont considérés des proies rêvées dans la communauté. Pour éviter cela, l'industrie touristique doit travailler individuellement et collectivement pour développer des relations positives avec les communautés voisines.

Quelles sont les opportunités à envisager

La création des associations locales peut aider la destination à devenir un meilleur lieu de visite pour les touristes et plus convivial pour les habitants. Les associations locales peuvent :

- **Enrichir les destinations** : un quartier qui n'est pas loin ou une courte promenade en autobus ou en taxi peuvent faire partie de la destination qu'utilisent les touristes qui hébergent dans les hôtels et les lieux de villégiature.
- **Stimuler les communautés locales** : les habitants n'ont pas seulement la possibilité de vendre des marchandises et des services aux touristes, mais aussi de bénéficier de l'amélioration des lieux publics, des parcs, des jardins, des boulevards et des rues piétonnes qui sont peut être créés pour les touristes mais appréciés par les habitants pour jouer aux échecs, discuter avec des amis ou s'asseoir à l'ombre d'un arbre. Et ceci à son tour accroît l'authenticité d'un lieu et crée une ambiance que les touristes aiment.
- **Réduire les tracas et les sentiments de risques d'accidents** : les associations locales efficaces entre le gouvernement, les hôteliers et les habitants peuvent réduire le

harcèlement des touristes et donc améliorer considérablement le plaisir du touriste.

- **Réduire les impacts négatifs** du tourisme tels que les ordures, les déchets, ou le tourisme sexuel.

Quoiqu'un hôtel ou un promoteur de visites touristiques avec vision et engagement peut accomplir un changement réel, on pourrait accomplir bien plus si les acteurs, et même les concurrents dans la destination collaborent ;

- On peut obtenir des **économies d'échelle** lorsque les entreprises travaillent ensemble ; si les hôtels et les promoteurs de visites touristiques collaborent, ils peuvent fournir un marché considérable à l'entreprise locale qui leur permet d'investir dans l'accroissement de la production, ou ils peuvent fournir des contributions (telles que la formation sur les accidents du travail) qui sont trop chers pour un promoteur de visites touristiques. Les entrepreneurs locaux peuvent améliorer de manière collective leur transport ou leur marketing selon des moyens qu'ils ne pourraient pas se permettre individuellement.

- Si une **nouvelle initiative** est appuyée par différents maillons de la chaîne d'approvisionnement touristique, ce sera probablement un succès. Par exemple, un nouveau centre artisanal sera prospère si : on cherche à savoir auprès des promoteurs de visites touristiques ce que recherchent leurs clients et ensuite l'inclure dans leur visite ; les promoteurs internationaux le contrôlent pour s'assurer l'autorisation de son inclusion ; les hôtels achètent ses tissus d'ameublement et le mentionnent sur leurs panneaux d'affichage ; des accords

sont passés avec les taxis du pays et les guides pour que les touristes y soient transportés.

Le secteur touristique a beaucoup d'expertise à offrir aux entrepreneurs du pays, mais la participation des autres secteurs est essentielle ; tels que le développement de la micro entreprise, les aspects techniques de l'agriculture ou l'industrie légère, et le financement de l'entreprise. Il est nécessaire d'avoir aussi la participation du gouvernement local.

Comprendre les défis

Dans quelques destinations dans la Caraïbe et ailleurs, c'est un grand défi de fournir aux estivants des expériences qui répondent à l'attente des consommateurs quant à la qualité, et aux accidents et satisfont aux exigences de l'Instruction sur le Voyage organisé. Pour que les promoteurs de visites touristiques et les hôteliers encouragent leurs clients à s'aventurer à sortir de l'hôtel ou à ne pas faire d'excursions organisées, des questions sur les accidents doivent être gérées pour que la communauté, le gouvernement local ou la police assurent les normes minimum nécessaires.

La collaboration demande que les concurrents travaillent ensemble et que les différents secteurs s'unissent.

Les intérêts existants, les chauffeurs de taxi, les guides et les marchands ambulants sont bien organisés et experts dans la défense de leurs intérêts. Les chauffeurs de taxi qui ont fait des prêts pour financer leur taxi et payer pour leur badge garderont

jalousement leurs intérêts ; ils peuvent rendre difficile, l'introduction d'un service d'autobus depuis l'hôtel ou du centre de villégiature à la ville. Les guides certifiés indépendants et les guides non certifiés qui racolent les clients peuvent intimider les touristes et les décourager de sortir seuls. Les vendeurs qui vendent l'artisanat importé bon marché et qui paient leurs places peuvent empêcher de vendre aux artisans locaux qui peuvent offrir une expérience locale plus authentique— y compris des démonstrations de tissage, du travail du cuir et de sculpture. Ces problèmes ne sont pas facilement abordés et nécessitent généralement une approche transparente de l'association avec la participation de tous les acteurs et le soutien du gouvernement. Tous ceux qui sont concernés doivent partager une vision commune sur la manière dont on doit changer les relations et appuyer les changements sachant clairement ce qu'il y a à gagner et à perdre.

Quelles solutions peut-on proposer?

Recommandations d'ordre pratique

Une association locale exigera des acteurs de penser au lieu où ils habitent et travaillent sous un nouveau jour :

- ✓ La collecte des points de vue est un commencement idéal. Recueillir des informations sûres sur ce que pensent les touristes de la destination et la qualité de ce qu'elle offre. Se renseigner sur ce que chacun des acteurs pensent des biens et services que fournissent les autres. Identifier les problèmes principaux et par conséquent partager les solutions. Les associations ne peuvent pas être développées sans une compréhension commune du problème et une vision commune sur la manière de le changer.
- ✓ Il ne s'agit pas seulement d'en parler, et pas seulement d'améliorations écologiques ou de programme sociaux : pour parvenir au changement durable, les habitants du pays doivent tirer des avantages économiques tangibles.
- ✓ Les approches locales à la gestion du tourisme peuvent être instituées par l'établissement des groupes d'action, tels que les Comités d'action sur le tourisme (TAC), pour fonctionner en tant que groupe de pression et pour encourager des relations de quartier, identifier les besoins et les possibilités. Les Comités (TAC) devraient collaborer

avec/faire leur rapport auprès de l'Organisation nationale du tourisme. Ces Comités avaient été créés à Trinidad et Tobago.

- ✓ Procurer aux artisans et aux autres commerçants du quartier l'espace physique pour vendre et éviter le colportage ; créer des marchés qui sont proches des touristes. Il vaut mieux les inclure que les exclure.
- ✓ Avoir des discussions franches sur les systèmes de commission et les cotisations. Examiner comment chacun peut bénéficier d'un « plus gros gâteau » que se bagarrer pour des miettes. Se mettre d'accord sur de nouvelles lois et distributions. Encourager chaque groupe d'acteurs à développer et régler son propre code de conduite.

On a écrit des manuels et des traités sur le principe du développement communautaire. Bien que ce ne soit pas la place pour en dire plus, quelques conseils provenant des autres initiatives du tourisme local comprennent :

- ✓ Chercher des relations avec lesquelles on peut travailler est primordial. Comprendre les structures sociales du pays et faire participer les dirigeants, les groupes de pauvres et les

entrepreneurs sociaux qui accomplissent des choses. Faire intervenir un facilitateur local pour obtenir de l'aide si cela s'avère nécessaire.

- ✔ Se renseigner sur les objectifs des habitants du pays : ils peuvent être différents de ceux des promoteurs du tourisme. Dans divers projets de tourisme en faveur des pauvres, le revenu local est apprécié, mais les pauvres ont aussi des priorités non financières telles que la formation, la dignité, l'accès aux ressources naturelles, l'accès à l'infrastructure et la possibilité de participer dans les décisions.
- ✔ Les associations peuvent tomber à l'eau quand les espérances sont très grandes et la livraison est très lente. Ne pas promettre plus que l'on puisse offrir, et gérer les espérances. Se concentrer sur des étapes pratiques à court terme de même que des plans plus ambitieux à long terme.
- ✔ Communiquer ! Le manque de communication peut engendrer le soupçon. Tout comme les communautés qui ne comprennent probablement pas les besoins des touristes, les commerçants ne comprennent probablement pas les besoins des communautés. Le style et l'allure des négociations peuvent être différents. Trouver des méthodes communes pour aller de l'avant dépend de la création adéquate des voies de communication, à la fois officielles ou non.
- ✔ Chercher des méthodes appropriées pour partager les risques et les avantages pour tous les partenaires. S'assurer

que les pauvres comprennent leurs risques et ne soient pas surexposés.

Il est fondamental d'avoir une approche en association pour travailler avec d'autres acteurs. Trouver comment chacun peut bénéficier davantage de la collaboration, et réussir.

- ✔ Les associations doivent avoir la participation des secteurs privés nationaux et internationaux, du gouvernement local, des entreprises du pays et de la communauté.
- ✔ Chercher à inclure une gamme de compagnies de tourisme – dans une destination et dans toute la chaîne de valeur – dans la création de relations locales.
- ✔ Tester des idées et leur potentiel de marché avec les promoteurs de visites touristiques très tôt dans la chaîne de valeur.
- ✔ Les ministères du Tourisme et les fonctionnaires du tourisme ne peuvent pas tout faire seuls ; ils auront besoin d'avoir l'aide des autres services du gouvernement, par exemple, le nettoyage des rues, l'entretien des routes, la police et la planification.
- ✔ Se concentrer sur le maximum qu'on peut atteindre en travaillant ensemble, comparativement à ce que toute compagnie ou entrepreneur individuel peut obtenir seul. Donner aux participants une raison tangible pour qu'ils s'engagent.

Associations locales : quelques exemples qui ont fait leur preuve¹

Utiliser des espaces publics pour la communauté et le tourisme

A Rodney Bay au cœur de Sainte-Lucie, sur la place publique il y a des spécialités culinaires locales, de même que la musique locale y compris des satires et d'autres formes de l'art. Le comité de Rodney Bay se charge des décisions concernant le quartier et contribue à des activités telles que le Festival de Jazz de Sainte-Lucie. Plusieurs autres îles de la Caraïbe peuvent bénéficier du développement des espaces verts qui peuvent à la fois servir la communauté et être un lieu pour les manifestations qui amélioreront le produit du tourisme.

- ✔ Former un groupe local pour planifier une meilleure utilisation des espaces publics

Coordonner le développement avec la communauté

A Sainte-Lucie, la Fondation du développement de Laborie et la communauté de Laborie ont entrepris un processus de planification stratégique de trois ans de 1999–2002 pour réduire un développement ad hoc, non planifié. L'objectif était le développement total de la communauté y compris le développement du tourisme. Un projet a lié des festivals culturels au secteur de l'hébergement à Laborie. L'approche a eu du succès et des demandes pour l'aide des autres communautés ont entraîné la documentation de l'approche dans les différents média, y compris une vidéo de la part de la Fondation.

- ✔ Travailler avec des initiatives de communauté locale pour intégrer le tourisme dans les plans

Associations locales : d'autres exemples qui ont fait leur preuve

Développer l'infrastructure du tourisme et la formation

A Sainte-Lucie on a fait des progrès considérables dans le domaine du tourisme du patrimoine et communautaire avec le développement de 14 sites touristiques et 24 attractions complémentaires. Par exemple, une subvention accordée par la Fondation du tourisme communautaire a permis à l'Association des Guides de Forestier Tour, de construire un observatoire au sommet du Piton Flore Trail. D'autres activités sont la reformation des guides, la reconstruction des sentiers pédestres et la signalisation. Le Département de sylviculture et le Ministère de la Transformation sociale se sont engagés comme partenaires principaux dans ce projet.

Formation sur la santé et l'hygiène

A Boca Chica près de Saint-Domingue en République dominicaine, 145 femmes qui vendent du poisson frit sur le bord de mer ont suivi un cours dans la préparation alimentaire. On leur a offert un cours pour les petits entrepreneurs et à la fin du cours on leur a présenté un système de prêt que le gouvernement gère. Une telle action aide la destination ainsi que l'économie locale.

➤ Il faut qu'il soit pertinent : offrir une formation et du financement aux participants locaux

A propos des Dossiers ...

Les huit Dossiers dans cette série donnent des conseils pratiques sur la manière de développer différentes sortes de relations locales, basées sur l'expérience de différents pays de la Caraïbe. ▶

Tous ces dossiers et de plus amples informations sont disponibles sur :
www.propoortourism.org.uk/caribbean

Dossier 1 : *Vue d'ensemble : Le tourisme et l'économie locale – Comment fabriquer les maillons de la chaîne*

Dossier 2 : *Introduire les producteurs locaux dans la chaîne des fournisseurs*

Dossier 3 : *Etablir des liens solides avec les agriculteurs locaux*

Dossier 4 : *Employer du personnel local*

Dossier 5 : *S'assurer de la participation des habitants et présenter les produits locaux lors de visites ou excursions organisées dans le pays*

Dossier 6 : *Inciter les touristes à dépenser dans l'économie locale*

Dossier 7 : *Développer des associations locales*

Dossier 8 : *Gérer le changement interne pour développer des relations au niveau du pays*

L'annexe donne plus de détails, davantage d'exemples, de source, et une liste utile de contacts.

Les Dossiers soulignent quelques-uns des avantages et des défis des relations locales et ensuite se penchent sur ce qu'il faut faire. Elles fournissent des conseils sur la bonne pratique surtout pour les hôteliers, mais aussi pour des promoteurs privés, gouvernementaux et non gouvernementaux du tourisme.

Notes de fin de document :

1. Le rapport le plus détaillé sur la mise en œuvre d'une association locale dans un centre de villégiature provient de l'extérieur de la Caraïbe : L'expérience de la Gambie (Bah et Goodwin 2003): www.propoortourism.org.uk/15_Gambia.pdf
2. Pour de plus amples informations sur la Fondation de Laborie, consulter : www.laboriecommunity.net/projects.htm