

Le tourisme rural en Haïti : valoriser pleinement le potentiel des communautés

Par Abner Septembre

Le tourisme rural peut se définir comme : « un tourisme qui se pratique en dehors de l'espace urbain ou de la ville, qui s'appuie sur les atouts naturels et culturels du milieu rural dans une démarche tant de rapprochement social valorisant (*en termes de proximité, de respect mutuel et d'apprentissage*), que de consommation responsable garantissant des retombées directes pour la population locale, tout en étant respectueuse de ses valeurs et de l'environnement. » Ce qui permet d'inclure dans le tourisme rural, pour reprendre De Sousa Santos, un type lié aux valeurs (*tourisme responsable, solidaire, écologique, communautaire*) et un autre type lié aux pratiques (*écotourisme, agritourisme, tourisme religieux*). Dans quelle mesure le tourisme rural peut-il bien être un outil au service du développement durable des communautés ? Comment habiter le milieu rural pour qu'il se prête bien au tourisme ? Quel rôle pour les acteurs : l'Etat, les familles, les professionnels du tourisme et du développement ?

Pour aborder ce sujet plutôt sensible et complexe, partons d'un cas connu. Le Gouvernement de la République populaire de Chine a décidé de promouvoir le tourisme rural comme instrument efficace de lutte contre la pauvreté. L'objectif est clair : « extraire de la pauvreté, d'ici 2020, 17 % des populations démunies du pays ». De manière plus ciblée, il s'agit d'atteindre à l'horizon 2020 : a) trois millions d'entreprises de tourisme rural, b) deux milliards de visiteurs annuels, c) deux millions d'habitants des zones rurales chinoises qui sortent de la pauvreté chaque année, d) des estimations de recettes de l'ordre de plus de mille milliards de yuan (RMB), au profit de 50 millions d'habitants des zones rurales.

A l'horizon de 2030, Haïti a l'ambition de devenir un pays émergent. Dans les documents, le tourisme est considéré comme l'un des piliers de croissance. Cependant, dans cette démarche, le tourisme rural ne semble pas être une priorité pour l'Etat. Il existe un discours très timide, mais sans grande volonté ou conviction. Absence d'actions d'envergure, comparativement à ce qui se passe au niveau du tourisme conventionnel où le gouvernement accompagne les acteurs, leur accorde des avantages et fait la promotion pour y attirer des investissements. Dans le Forum sur la compétitivité et l'investissement (FCI), ni les organisateurs ni le Ministère du Tourisme (MDT) n'ont pensé à mobiliser un représentant du tourisme rural. Le MDT, l'Association Touristique d'Haïti (ATH) et le Parlement sont les seuls à intervenir, le 21 septembre 2017, lors de la session sur le tourisme et la culture dans ledit Forum. En outre, il n'y a rien qui correspond au tourisme rural dans le Plan directeur du tourisme, ni dans le Plan Stratégique de Développement d'Haïti, encore moins dans le budget de la République qui fait aujourd'hui un grand tollé sans que l'intérêt du milieu rural ne soit explicitement pris en compte.

Le milieu rural est traité en parent pauvre. Il patauge dans un environnement dégradé et accuse un niveau de chômage et de précarité élevé. Dans la Carte de la pauvreté en Haïti, il est clairement dit que « La pauvreté est rurale ». Pourtant, il existe dans le milieu rural en Haïti un potentiel touristique extraordinaire non encore exploité, aussi bien dans les plaines que dans les montagnes, et surtout que l'on ne retrouve pas dans les villes. Il s'agit entre autres des exploitations agricoles et de l'élevage, deux volets importants de l'économie rurale, mais aussi des vestiges de plantations sucrières, d'habitations caféières et de forteresses, des grottes que le paysan appelle « *Twou ying* ». Sur le plan culturel, il y a la musique, la danse, le savoir-faire culinaire ancestral, et tout ce qui porte Damien François à considérer le milieu rural comme un véritable « *laboratoire ethnologique avec sa religion, le Vaudou, sa langue épicée de proverbes, de contes, de devinettes, sa médecine* », [Foire de la Montagne, Vallée 2004].

La montagne, en particulier, est un vrai cadre de villégiature avec son paysage très varié dans sa physionomie et dans sa composition floristique, ses vues imprenables, son air pur et vivifiant, ses rivières et cascades pleines d'enchantement, son calme et le concert des musiciens de la faune à la tombée de la nuit, la magnificence de la lune et les constellations d'étoiles dans le ciel, les petits chemins serpentés bordés d'herbes recouvertes de rosée scintillant sous l'effet des premiers rayons de compère général soleil, et tant d'autres richesses naturelles exposées à la contemplation humaine. C'est

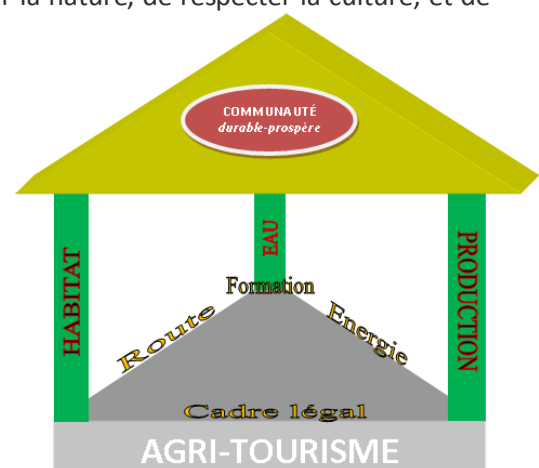
un vrai cadre d'évasion et de ressourcement, avec sa capacité de nous impressionner par l'hospitalité coutumière et le naturel du paysan, de nous émouvoir, de nous apaiser, de nous inspirer, de nous communiquer des vibrations ou sensations fortes, de nous rendre conscients des limites de nos connaissances comme l'enseigne le dicton créole «*dèyè mòn gen mòn*».

C'est en outre dans nos montagnes où l'on trouve un certain nombre d'espèces végétales et animales, dont certaines sont connues pour leur vertu médicinale et d'autres sont endémiques. C'est cet environnement pluriel, grâce aux différents microclimats, générateur d'une grande biodiversité qui fait considérer Haïti comme une fabrique d'espèces au niveau de la Caraïbe. C'est ce patrimoine riche et diversifié qui prédispose donc le milieu rural à être, selon François Damien, «*des points de chute extraordinaire pour le touriste en quête d'exotisme et de sensationnel*».

Etant dans un contexte caribéen dominé par le soleil et la mer, où il existe des géants du tourisme conventionnel qui en font à travers des enclaves balnéaires et des resorts leur point fort, Haïti avec ses nombreuses contraintes ne pourra en aucun cas faire tout de suite une compétition frontale, voire rafler sur ce terrain autant que certains d'entre eux dont la performance se chiffre à plus de 5 millions/an d'arrivées de touristes internationaux ou à un taux de croissance de + 7%. En attendant que le vent devienne favorable, Haïti a intérêt non seulement à accentuer un tourisme fondé sur d'autres atouts qui feront toute la différence, mais aussi à soutenir le tourisme rural à forte charge émotionnelle et à fort impact communautaire, tout en rendant le tourisme haïtien intégré à l'économie nationale.

Le moment s'y prête bien. Sur le plan international, le tourisme de l'intérieur devient un exutoire pour accompagner l'engouement pour le voyage hors des enclaves balnéaires ou des resorts. Le besoin social de vivre de nouvelles sensations et les grands défis de la planète faisant prendre conscience de notre «*avenir commun*» oriente le destin du tourisme mondial aujourd'hui. Si l'alerte a été donnée depuis le premier Sommet de la Terre (Rio 1990), c'est plus précisément durant les 5 dernières années que les thèmes retenus par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) misent sur le tourisme communautaire, tout en sensibilisant à un tourisme responsable et respectueux. En baptisant 2017 «*Année internationale du tourisme durable pour le développement*», l'accent est mis sur un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. Le message du Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, est clair : «*Où que vous mène votre voyage, à n'importe quelle période, souvenez-vous de respecter la nature, de respecter la culture, et de respecter votre hôte... VOYAGE, APPRÉCIE ET RESPECTE.*»

Le tourisme rural doit donc être une activité au service du développement intégral de l'homme paysan, garantissant tant la jouissance de ses droits par l'accès aux services essentiels, que la sécurité alimentaire et économique, ainsi qu'un environnement viable. Le tourisme rural, en particulier l'agritourisme, peut contribuer à la création d'un cercle vertueux permettant d'aboutir à des communautés durables et prospères, en utilisant comme tremplin ces trois piliers : habitat, eau, production (HEP), et comme socle ces 4 éléments : cadre légal, énergie, formation, route (CLEF-R).



On parle de 570 sections communales en Haïti. Dans chacune d'elles, on peut concevoir un pôle de vie commune, dit village de développement touristique. Dans une stratégie qui vise vraiment à mettre le pouvoir au service du milieu rural, on pourra y consacrer par an au moins 10 % du budget de la République. Ce pôle de vie commune sera caractérisé par la présence des services publics essentiels et un socle qui inclut les 4 paramètres du schéma. Pour cela, il faut partir d'une zone où le potentiel

touristique existe vraiment, tout en cherchant une synergie avec les plages, afin de garder le touriste le plus longtemps dans la région et lui permettre de vivre les différentes passions du territoire. Pour rompre avec la monotonie de la dispersion, il sera implanté une trentaine de nouveaux foyers. Ces habitats seront destinés à des jeunes, en vue de les encourager à pratiquer l'agritourisme.

De manière plus concrète et réaliste, on doit prévoir pour les trois piliers un appui moyen de \$ 20,000.00/famille, soit : i) Habitat (*espace pour la famille avec chambre d'hôte*): US\$ 10,000.00 ; ii) Eau (*citerne familiale*) : US\$ 5,000.00 ; iii) Production (*horticole, animale, artisanale, agroalimentaire*): US\$ 5,000.00. Dans ce premier registre, on n'a donc pas besoin de considérer directement toute la population d'une section communale. Une famille qui n'est pas un acteur d'accueil peut être aussi un bénéficiaire par son insertion dans l'un ou l'autre maillon de la chaîne de valeur. Dans ce second registre, un investissement de trois mille à cinq mille dollars américains sera prévu par personne et une vingtaine d'entrepreneurs par an seront touchés.

L'approche d'inclusion et de participation privilégiera l'appel à propositions de projet d'entreprise, en passant par le Conseil d'Administration de la Section (CASEC). L'Assemblée de la section (ASEC) et la société civile joueront plutôt un rôle de contrôle et de vigie, à travers ce qu'on appelle le Conseil de développement de la section. Une telle stratégie permettra de sortir de l'ornière, par plan quinquennal qui correspondra à un mandat présidentiel, au moins 15 % des populations démunies du pays. Cette stratégie contribuera à faire effectivement d'Haïti, à l'horizon de 2030, un pays émergent.

Quelle est la valeur ajoutée du tourisme rural ? L'expérience de Vallue montre jusqu'ici qu'en dehors de sa capacité à générer des revenus pour divers groupes d'intérêt au niveau des communautés d'accueil, il est facteur de rapprochement social valorisant entre citadins et paysans. Il est un outil de nouvelle mise en valeur de pans de la tradition, du patrimoine matériel et immatériel, jusque-là non exploités dans une démarche de création de richesse. Il est facteur d'enracinement identitaire qui crée la confiance en soi ou un nouveau conditionnement mental pour produire, tout en servant de prétexte pour protéger l'environnement et conserver le patrimoine historique, architectural, culturel et naturel d'un lieu.

Il est facteur d'appropriation, de réinvention et d'aménagement du territoire, contribuant à diminuer l'exode rural, donc à désengorger les villes et à réduire la fuite des cerveaux et des capitaux. Le jeune, par exemple, découvre qu'il lui est possible de se construire et de changer sur place son propre statut et celui de sa famille. Il se fait aussi facteur de stabilité et de productivité, donc capable de contribuer à la compétitivité d'Haïti, en améliorant le pouvoir d'achat du paysan, en changeant son regard, sa perception et sa conception du monde et de la vie, créant chez lui l'envie de voyager ou de faire du tourisme. Emmanuel Charlot, un paysan de pure souche découvre qu'il a la meilleure terre, parce que celle-ci a une meilleure vue. Un vrai changement de paradigme. Faniel Laurent planifie de prendre son congé après avoir passé un temps à fournir des services de tour guidé dans son entreprise « Musée Végétal de Zamor ». Après avoir réalisé le marché villageois animé du 5^e Festival du Tourisme Eco-Montagne, la communauté de Château non seulement est fière de son succès mais aussi découvre une nouvelle voie pour construire ensemble l'avenir.

Il s'agit là d'un saut qualitatif qui contribuera sans doute à modifier le type de rapport de dépendance, d'influence et d'exploitation que la ville a toujours entretenu avec le milieu rural. Le tourisme rural change la dynamique sociale à Vallue et augmente son niveau de compétitivité. Un paysan de Vallue qui va ailleurs et dit qu'il vient de là est souvent perçu comme une « *personne bienheureuse* ». Bref, le tourisme rural : un autre tourisme pour Haïti est possible et générateur de plus-value.

Abner SEPTEMBRE

Sociologue, Entrepreneur

Promoteur du tourisme éco-montagne