

Haïti: tourisme de montagne et d'eau douce

Par **Abner SEPTEMBRE**

Sociologue @ Vallue, janvier 2017

Les trois quarts du territoire d'Haïti (évalué à 27,700 kilomètres carrés) sont occupés par cinq chaînes de montagne (*Massif du Nord, Massif des Montagnes Noires, Chaîne des Matheux, Massif de la Hotte, et Massif de la Selle qui est le plus haut sommet culminant à 2,680 mètres*). Par leurs différentes caractéristiques, ces montagnes sont avant tout fonction d'une réalité plurielle qui fait considérer Haïti comme une « **fabrique d'espèces** » ou un « **Hotspot de biodiversité** » de la Caraïbe (*Ministère de l'Environnement, Haïti*).

Les montagnes en Haïti sont un cadre de vie et de culture. Du temps colonial jusqu'au lendemain de l'indépendance, des nègres rebelles ont fui le système d'exploitation des plaines et se sont réfugiés dans les montagnes. Ces premiers fugitifs allaient former la souche de base de la société paysanne en Haïti, dans un environnement tout à fait hostile. Pour survivre, ces forgers de liberté et habitants des montagnes d'Haïti devaient développer des savoirs et savoir-faire que nous retrouvons dans leur culture en général et en particulier dans leur accoutrement, la médecine traditionnelle, l'habitat rural, la cuisine créole, le combatisme, les proverbes, les contes et légendes, les devinettes et tant d'autres aspects qui constituent un véritable « *laboratoire ethnologique*¹ » et qui contribuent à définir leur identité.

Les montagnes sont avant tout château d'eau. Elles alimentent nos sources, nos ruisseaux, nos cours d'eau et nos rivières. Haïti est considéré en général comme étant riche en eau, avec une pluviométrie moyenne de quelques 1 400 mm/m²/an². Cependant, la moitié de l'eau de pluie retourne dans l'atmosphère. Seulement 10 % de l'eau totale disponible dans le pays est utilisée, dont 90 % pour l'irrigation et 10 % pour les usages domestiques³. Il existe des lacs comme Péligre alimenté par le fleuve Artibonite, des étangs comme Miragoane et même en montagne comme Durissy, des rivières avec des débits variés qui coulent à l'année longue comme la Grande rivière de Nippes ou la Voldrogue, certaines avec des chutes et des bassins extraordinaires comme Bassin Zim à Hinche, Bassin Bleu à Jacmel, Saut du Baril dans les Nippes, Saut d'eau, Bassin long à Savanette, etc. Non seulement, ces ressources en eau sont peu utilisées en matière de production (*agriculture, énergie*), mais aussi le tourisme de montagne et d'eau douce n'est malheureusement pas mis à profit, donc n'est pas encore en Haïti une attraction au même titre que la mer. Or, nos montagnes constituent un patrimoine à la fois riche et diversifié, qui les prédispose à être « *des points de chute extraordinaire pour le touriste en quête d'exotisme et de sensationnel* », nous dit François Damien.

Le tourisme de montagne et d'eau douce est une manière de faire autrement le tourisme, un art de vivre proche de la nature et de la population, de découvrir et d'apprécier un visage plus humain et convivial d'Haïti avec ses manques, ses atouts et son potentiel. Ce type de tourisme s'inscrit dans le cadre global du tourisme rural communautaire avec le développement durable

¹ Selon Damien François, in conférence à Vallue, lors de la Foire de la Montagne de 2003

² Ministère de l'Environnement in : Plan National de lutte contre les changements climatiques.(2016)

³ Source : OPS/OMS, Comité National Interministériel, Analyse du Secteur Eau Potable et Assainissement ; Agenda 21, May 1996, pp. 83

comme aboutissement. C'est ce que nous appelons en d'autres termes le « tourisme éco-montagne » par son triple ancrage territoire, tradition ou authentique et empreinte écologique plutôt faible. Comme tel, il se base sur des séjours à thème de différentes sortes pour des publics très ciblés et moins exigeants que les touristes habituels.

Le tourisme de montagne et d'eau douce peut favoriser l'inclusion, faciliter le développement de l'intérieur du pays, contribuer à travers la chaîne de valeur à diversifier les opportunités économiques. Ce qui permettrait à plusieurs catégories sociales de satisfaire leurs besoins, d'améliorer leurs standards de vie et de se fixer sur leur territoire. Comme le Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies, Antonio Guterres, l'a déclaré: « ... Le tourisme est devenu un pilier des économies, un passeport vers la prospérité et un secteur porteur de transformation pour améliorer la vie de millions de gens... ». On comprend aussi pourquoi la Chine a fait du tourisme rural un pilier important de sa politique de réduction de la pauvreté.

Pendant plus de trois décennies, les dirigeants haïtiens ont déclaré et fait figurer dans des documents (DSNCRP⁴-2008, PSDH⁵-2013) le TOURISME comme une priorité ou l'un des pôles de croissance. Toutefois, non seulement peu d'investissements y sont entre-temps faits, mais aussi seul le tourisme conventionnel a reçu une attention dans la pratique. En général, ils se montrent incapables de tenir compte du potentiel et des atouts compétitifs réels d'Haïti, et de créer les conditions nécessaires pour permettre au tourisme haïtien de reprendre sa place de choix dans le tourisme caribéen, voire plus largement encore au niveau de l'Amérique Latine, à côté des géants mexicains (29 millions), argentin (5,9 millions), brésilien (5,8 millions) et dominicain (5,141,377) en termes d'arrivées de touristes internationaux⁶.

Notre voisin, la République Dominicaine, ambitionne de passer au niveau de l'Amérique latine de sa 4^e place actuelle à la tête du peloton. Pour y parvenir, au-delà des plages, elle se propose d'élargir l'offre touristique, d'offrir entre autres le tourisme de montagne. N'est-il donc pas venu le temps que nos dirigeants sortent de leur vision à très court terme, sectaire ou rachitique pour impulser un autre souffle au tourisme haïtien par des investissements intelligents qui facilitent le développement et l'épanouissement tant du tourisme balnéaire et urbain que du tourisme de l'intérieur, en particulier du tourisme de montagne et d'eau douce, voire à les mettre en synergie comme le fait le Mexique, dans le cas de Cancún et de Yucatan ?

Il est un fait que le tourisme haïtien actuel n'est ni compétitif ni intégré à l'économie nationale. Les arrivées internationales, en dehors du tourisme de croisière, sont inférieures à un demi million de touristes, alors que le nombre de chambres d'hôtel ayant un niveau standard étant inférieur à cinq mille. En Haïti, le tourisme principalement conventionnel ne contribue en 2010 qu'à 7 % du PIB, à 5.5 % de l'emploi national (soit 65,400 emplois directs), 111.3 millions de US\$ d'investissement, 256.9 millions US\$ de revenus d'exportation, 348,755 arrivées de touristes internationaux, dont 45.29 % en provenance de la Diaspora haïtienne (2011), et 596,562

⁴ DSNCRP = Document de Stratégie Nationale de Croissance et de Réduction de la Pauvreté

⁵ PSDH = Programme Stratégique de Développement en Haïti

⁶ Chiffres établis par la Banque mondiale, selon une publication de Carlos Ogando intitulée : « RD es cuarto destino turístico en America Latina » ; 23 janvier 2017

croisiéristes (2011). Notons qu'en 2012, on ne comptait que 2,490 chambres avec une forte concentration dans les villes notamment à Port-au-Prince et à Pétion-Ville. Selon le rapport de 2015 du Forum économique mondial sur le tourisme et les voyages, Haïti est classée 133^e sur 141 pays, bien que cela représente un progrès par rapport à 2013 où le pays était bon dernier (140^e). Au cours de 2013, selon Kesner Pharel, « Haïti a récolté moins de 200 millions de dollars américains, alors que la République Dominicaine a atteint les 4 milliards ». Par ailleurs, une étude de 2013 l'a déjà établi en disant « l'impact du tourisme sur l'économie et la pauvreté est limité à Haïti. Les raisons principales sont liées à une intégration faible et nettement insuffisante dans l'économie nationale » (EDIC-Haïti ; pp 26). Ainsi, les auteurs recommandent au Ministère du Tourisme de « rechercher un tourisme plus inclusif, qui accroît les retombées pour les pauvres, en impliquant beaucoup plus d'acteurs publics et privés dans la mise en œuvre des plans d'action intégrés d'aménagement touristiques » (EDIC-Haïti ; pp 10).

Alors, promouvoir aussi le tourisme de montagne et d'eau douce, n'est-ce pas une manière intelligente et pragmatique de renouveler le tourisme haïtien. Nous avons besoin de concevoir le tourisme haïtien à la fois comme « **moteur du développement d'Haïti sans exclusion** » et comme « **activité intégrée à l'économie nationale** ». En cela, il faut une politique publique du secteur orientée vers les communautés et l'intérieur du pays riche en attractions et en opportunités alternatives. Cette politique doit également prendre en compte l'exigence d'un contenu haïtien soutenu dans les choix des opérateurs touristiques (*par exemple, en matière de construction, de décoration et d'alimentation*). Le contenu haïtien signifie aussi qu'il y ait une ligne directrice qui conditionne les investissements à des normes préétablies auxquelles sont contraints les investisseurs pour assurer l'harmonie visuelle des ensembles avec leur terroir d'implantation, et aussi qui garantit une meilleure distribution des ressources et des établissements sur le territoire. Cette mesure permettra non seulement d'imprimer au secteur une âme haïtienne mais aussi de générer plus d'emplois et de revenus décents à effets multiplicateurs.

Dans le Code des investissements en vigueur, qui mérite en effet d'être amendé, il importe que des avantages incitatifs soient aussi accordés tant pour l'acquisition de matériel et équipements fabriqués localement, que pour des investissements effectués en milieu rural permettant de dynamiser l'économie locale, de créer des emplois et de fixer la population sur son territoire dans des conditions décentes, etc. Par exemple, à seulement 40 % de la population haïtienne pratiquant le tourisme de l'intérieur, soit plus de 4 millions d'Haïtiens, et dépensant en moyenne annuelle 150.00 dollars américains, le marché touristique haïtien serait en mesure de générer plus d'un demi milliard de dollars américains. En considérant les arrivées internationales composées de la diaspora haïtienne et des étrangers, les revenus touristiques pourraient globalement atteindre plus d'un milliard de dollars. Ce qui, en comparaison, représente environ la moitié du budget de la République d'Haïti pour les exercices 2014 – 2015 (2 milliards US\$) et 2015 – 2016 (1.8 milliard US\$), à un taux moyen de 61.00 Gourdes.

Le monde se tourne de plus en plus vers un tourisme responsable, communautaire et durable. Un intérêt manifeste pour l'authentique et la nature est une tendance actuelle en forte progression à travers le monde. Le coup d'envoi remonte à 2002 baptisé « année

internationale de la montagne et de l'écotourisme », faisant ainsi suite à la publication du rapport Brundtland (1987) et au premier sommet de la Terre (Rio, 1992). Puis, 2015 est baptisé « année du tourisme communautaire » et 2016 insistant sur le tourisme accessible. Cette année (2017), c'est le « tourisme durable pour le développement » qui mobilise les acteurs mondiaux du secteur, le coup de lancement étant donné le 18 janvier 2017 à Madrid. Si le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai, dans son allocution d'ouverture, a insisté sur la contribution du tourisme à l'avenir que nous voulons et sur la nécessité d'asseoir la position du tourisme comme pilier pour atteindre les 17 objectifs de développement durable, le Vice-président de la République du Honduras, Ricardo Alvarez Arias, a de son côté déclaré : « L'Année internationale du tourisme durable pour le développement (2017) est une incitation à engager un dialogue social et politique débouchant sur des initiatives, des investissements et des mesures gouvernementales en faveur du développement et de la lutte contre la pauvreté ».

Dans ce pari sur structure neuve, le tourisme de montagne et d'eau douce est un terrain favorable à l'essor du tourisme haïtien et un puissant instrument capable d'apporter, au-delà de l'espérance de vie, l'espoir en un monde meilleur. Autrement dit, appuyer l'essor du tourisme de montagne et d'eau douce doit faire l'objet d'une politique publique, en vue de désamorcer la bombe sociale et environnementale suspendue sur la tête de chaque ville en Haïti, que le changement climatique peut activer à tout moment.

Pour cela, il faut avant tout un Etat stratège s'impliquant comme un tiers impartial dans le secteur, intervenant notamment en matière d'infrastructures (*routes, communication, énergie, eau*), de cadre normatif et incitatif à l'investissement, d'instruments financiers, d'éducation, de production, de moyens de transport, de circulation, de statistiques fiables, d'information, de marketing et de lobbying sur le plan international via les ambassades et consulats, de sécurité foncière, de culture, de protection de l'environnement et de lutte contre la corruption, etc.

En plus des ministères sectoriels concernés par ces différents domaines, d'autres instances publiques comme le parlement, les municipalités et les CASEC ont aussi un rôle de premier plan à jouer. Elles sont appelées respectivement à légiférer et à créer des conditions pour que des investisseurs puissent injecter des fonds dans le secteur. Ce qui permettra ainsi de changer l'image du pays, de créer un autre climat d'affaire et d'investissement, de réduire les coûts d'opération et de rendre les produits et services plus accessibles au plus grand nombre et donc compétitifs. Aux enjeux forts, des notions fortes. Quand tous les défis susmentionnés ou une grande partie d'entre eux auront été relevés, Haïti pourra sans l'ombre d'un doute organiser dans le secteur de grandes compétitions internationales comme « Miss Universe ».

Abner SEPTEMBRE

Sociologue

Consultant en tourisme éco-montagne

absept60@gmail.com