

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU
CŒUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE LOCAL DANS UN CONTEXTE
D'EXTRÊME PAUVRETÉ : LE CAS DE GRACIAS AU HONDURAS

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN ADMINISTRATION DES AFFAIRES

PAR

STÉPHANIE MAGNANI

MARS 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

*À celui qui m'a insufflé
Courage et Persévérance*

*Mon cher grand-père,
Silio Magnani (1928-2007)*

REMERCIEMENTS

En premier lieu, j'adresse toute ma reconnaissance à mon directeur de mémoire, François Bédard, et à mon co-directeur, Jorge Guerrero-Lozano.

Merci donc à François Bédard, professeur au Département d'études urbaines et touristiques (DEUT) de l'UQAM de m'avoir encadrée tout au long de mon travail de recherche, d'avoir été toujours très enthousiaste et de m'avoir donnée des conseils qui ont fait en sorte que ce travail soit plus structuré, plus pertinent et plus clair.

Un grand merci à Jorge Guerrero-Lozano, professeur associé au DEUT de l'UQAM, pour son aide précieuse et son soutien moral lors de mon travail de terrain au Honduras, mais aussi pour sa grande disponibilité, et pour la confiance qu'il a eue en moi depuis le début de ce projet de recherche.

Mes remerciements vont également aux professeurs du DEUT Paul Bodson et Boualem Kadri pour avoir accepté d'être correcteurs de ce mémoire. Merci d'avoir pris le temps d'apporter une lecture attentive, et d'avoir eu un regard critique et constructif sur ce mémoire.

Je remercie très chaleureusement l'ensemble des personnes qui ont contribué de près ou de loin à ce travail de recherche. Merci à toutes les personnes qui ont accepté de me consacrer du temps pour des entrevues et des réunions au Honduras. Merci pour leur accueil et leur chaleur humaine. Merci à toute ma famille qui me suit et me soutient de loin, et surtout ma mère Florence qui malgré la distance qui nous sépare a été plus présente que jamais pour me motiver lors de ce travail difficile de rédaction de mémoire. Merci à tous mes amis d'ici et d'ailleurs pour leurs encouragements et surtout pour leur compréhension quant à ma disponibilité limitée ces derniers temps.

Enfin, je tiens à remercier particulièrement mon conjoint, Florent, sans qui ce périple montréalais ne serait jamais arrivé. Merci pour la patience, la gentillesse, la générosité, l'indulgence et l'amour qu'il porte à mon égard depuis le début et surtout au cours de ces deux dernières années de maîtrise.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX.....	ix
LISTE DES ACRONYMES.....	x
RÉSUMÉ.....	xii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
E-TOURISME ET RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ	3
1.1 LE TOURISME, UN FACTEUR DE RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ SELON L'OMT	4
1.2 UN TOURISME DURABLE POUR CONTRER LES EFFETS PERVERS DE L'INDUSTRIE.....	5
1.2.1 Le développement durable.....	5
1.2.3 Les effets pervers d'un tourisme non durable.....	7
1.2.4 Gouvernance participative	8
1.2.5 Le géotourisme	9
1.3 LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC) AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT : L'INITIATIVE EN E-TOURISME DE LA CNUCED POUR L'AUTOGESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES .	10
1.3.1 Les TIC et le développement selon la CNUCED	10
1.3.2 L'initiative en e-tourisme de la CNUCED.....	11
1.4 UNE APPROCHE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL : LE E-TOURISME EN CONTEXTE DE PAUVRETÉ	12
CHAPITRE II	
LE CAS DE GRACIAS AU HONDURAS	14
2.1 DESTINATION : LA ZONE DE GRACIAS AU HONDURAS	14
2.1.1 Le Honduras, un pays pauvre.....	14

2.1.2	Le tourisme au Honduras	16
2.1.3	TIC au Honduras.....	19
2.1.4	Initiative nationale en e-tourisme : Visitehonduras.com	21
2.1.5	Portrait de la zone de Gracias	22
2.2	MÉTHODOLOGIE.....	26
2.2.1	Le choix de la destination	26
2.2.2	Le type de recherche	27
2.2.3	Méthodes et outils pour recueillir les données.....	28
2.2.4	Les étapes de la recherche.....	31
2.3	RÉSULTATS	32
2.3.1	Inventaire de l'offre touristique	32
2.3.2	Inventaire des Technologies de l'information et de la communication	38
2.3.3	Présentation des acteurs	41
2.4	ANALYSE.....	44
2.4.1	Analyse du potentiel touristique	46
2.4.2	Analyse de l'accessibilité aux Technologies de l'information et de la communication.....	47
2.4.3	Analyse de la collaboration entre les acteurs	48
2.5	RECOMMANDATIONS.....	56
2.5.1	Potentiel touristique	56
2.5.2	Technologies de l'information et de la communication.....	57
2.5.3	Collaboration des acteurs.....	58
	CONCLUSION	60
	APPENDICE A	
	LA CONTRIBUTION DU TOURISME À LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET LES RECOMMANDATIONS DE L'OMT AUX PARTIES PRENANTES	62
	APPENDICE B	
	LES PRINCIPES DU GEOTOURISME	66
	APPENDICE C	
	MODÈLE DU PPUCD2 DE PAUL BODSON	69
	APPENDICE D	
	PERSONNES INTERVIEWÉES.....	70

APPENDICE E	
QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX HÔTELIERS	72
BIBLIOGRAPHIE	77

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
2.1 Localisation du Honduras en Amérique Centrale (Division Géographique de la Direction des Archives du Ministère des Affaires Étrangères de la France, 2005)	15
2.2 Couverture du territoire en téléphonie mobile de Tigo au Honduras.....	20
2.3 Les <i>Mancomunidades</i> dans le département de Lempira (<i>Diagnostico socioeconomico de la Mancomunidad Colosuca</i> , janvier 2006).....	23
2.4 Des enfants de San Marcos de Caiquín, juillet 2007.....	24
2.5 Chemin reliant la coopérative de production de café de Belén à la route principale, juillet 2007.	25
2.6 Fabrication du pain local de manière artisanale, <i>Panaderia Santa Anita</i> , juillet 2007.	34
2.7 L'église <i>Inmaculada concepción</i> de San Manuel de Colohete.....	35
2.8 Organisation administrative de la <i>Mancomunidad Colosuca</i> dans la Phase III du Projet « <i>Circuito turístico</i> » de l'AECID.	42
2.9 Positionnement des acteurs clés (6 étant le niveau d'influence le plus élevé sur l'axe des abscisses, et le degré de rapprochement le plus important par rapport à la vision de géotourisme du <i>National Geographic</i> sur l'axe des ordonnées).....	52
2.10 Les détenteurs d'enjeux pour la mise en place d'un projet de SGD dans la zone de Gracias (selon le modèle de Buhalis, 2003).....	55
C.1 Le modèle du PPUCD2 de Paul Bodson.	69

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
2.1 Indicateurs du développement humain au Honduras en 2005.....	16
2.2 Établissements touristiques au Honduras.....	17
2.3 Récapitulatif de l'inventaire des TIC à Gracias en 2007.....	40
2.4 Résultats de l'analyse SWOT de l'implantation d'un SGD dans la zone de Gracias ...	45
D.1 Liste des personnes interviewées.....	70
D.2 Liste des interventions publiques.....	71

LISTE DES ACRONYMES

AECID	Agence espagnole de la coopération internationale pour le développement
B2B	<i>Business to business</i>
B2C	<i>Business to consumer</i>
BID	Banque Interaméricaine de développement
CCCC	Centres communautaires de connaissances et de communications
CDLT	Centre de développement local en tourisme
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
COCABEL	Coopérative de café de Bélen
COHCIT	Conseil hondurien de la science et de la technologie
CONATEL	Conseil national des télécommunications
DESS	Diplôme d'études supérieures spécialisées
HNL	Honduran Lempira (monnaie du Honduras)
IDH	Indice de développement humain
IHT	Institut hondurien du tourisme
OCH	Office du centre historique
OGD	Organisme de gestion de la destination
OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONG	Organisation non gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies

OSBL	Organisme à buts non lucratifs
PCT	Projet « <i>Circuito turístico</i> »
PED	Pays en développement
PIB	Produit intérieur brut
PMA	Pays moins avancés
PME	Petites et moyennes entreprises
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PPA	Parité de pouvoir d'achat
SAVE	Scientifique, académique, volontaire et éducatif
SGD	Système de gestion de la destination
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities Threats (Forces Faiblesses Opportunités Menaces)
TIC	Technologie de l'information et de la communication
UNITEC	Universidad tecnológica de Centroamericana
UQAM	Université du Québec à Montréal
USD	Dollar américain
UT	Unité technique intermunicipale

RÉSUMÉ

Lorsqu'il est développé dans le respect de la culture locale et de l'environnement naturel, le tourisme peut-être un facteur de croissance économique durable. Cette industrie a la particularité d'offrir des produits intangibles dont le succès dépend de la qualité de l'information transmise. L'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) est venu transformer cette industrie. À présent, les intervenants touristiques doivent intégrer les TIC dans la gestion de leurs opérations et prendre le virage d'Internet pour promouvoir leurs activités. L'initiative en e-tourisme, mise en place par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), incite les pays en développement à saisir l'opportunité offerte par les TIC pour gérer leur destination de manière plus autonome. La création d'un Système de gestion de la destination (SGD) permet aux pays de promouvoir et de gérer leur offre auprès des voyageurs internationaux. En minimisant les intermédiaires, les pays en développement peuvent retenir une part plus importante des retombées économiques générées par le tourisme. Pourtant, des initiatives nationales en e-tourisme oublient souvent d'inclure des régions rurales défavorisées qui présentent pourtant un potentiel touristique. Tel est le cas de la région de Gracias au Honduras qui ne fait pas partie, à court et moyen terme, de la stratégie nationale de promotion du tourisme. La mise en place d'un SGD au niveau local permettrait à chaque région de construire son propre développement touristique et de gérer sa visibilité auprès des voyageurs internationaux. Or, est-il possible d'implanter un SGD local en milieu rural ? Nous avons analysé la faisabilité d'implanter un SGD dans la région de Gracias au Honduras. Pour y parvenir, nous avons évalué le potentiel touristique, l'accessibilité aux TIC, ainsi que la collaboration des acteurs locaux qui sont les trois piliers préalables à l'implantation d'un SGD. Pour faire l'évaluation de ces trois piliers, nous avons réalisé des entrevues avec les acteurs locaux impliqués dans le développement touristique et celui des TIC, et récolté des données par l'intermédiaire de questionnaires. Les principaux résultats montrent que les deux premiers piliers ne posaient pas de problèmes majeurs à l'implantation d'un SGD dans cette zone. En effet, la région de Gracias offre un potentiel touristique à la fois sur le plan culturel, naturel, et patrimonial. Cette région est aussi dotée d'une infrastructure technologique de base pour mettre en place un SGD. En revanche, la difficulté de la collaboration des acteurs locaux constitue l'enjeu clé de la faisabilité d'implantation d'un SGD.

Système de Gestion de la Destination, tourisme durable, développement local, gouvernance participative.

INTRODUCTION

Les voyageurs potentiels ne peuvent ni tester ni toucher le séjour qu'ils planifient d'acheter car les produits touristiques présentent la particularité d'être intangibles. Ainsi, la qualité et la pertinence de l'information seront des facteurs essentiels qui contribueront à stimuler l'action d'achat d'un client potentiel. L'Internet et le bouche à oreille sont devenus les moyens de promotion les plus efficaces en tourisme afin de véhiculer l'information (CNUCED, 2005a). Depuis le début des années 90, l'Internet a conquis une grande partie des habitants de la planète, et de plus en plus de voyageurs européens ou nord-américains achètent leurs séjours en ligne (CNUCED, 2005a). L'utilisation des TIC dans l'industrie touristique facilite la diffusion mondiale et instantanée de l'information. L'industrie touristique constituerait selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2002) un potentiel de croissance pour les pays en développement (PED). En effet, par le flux de dépenses Nord-Sud qu'elle génère, cette industrie contribue au développement des PED par un apport de devises étrangères. Les recettes du tourisme international dans les PED s'élevaient à 205 milliards de dollars américains en 2005, soit 30,1% des recettes totales (OMT, 2007). Entre 1990 et 2005, les arrivées de touristes vers les PED ont augmenté de près de 6,5% par an en moyenne alors qu'elles ont seulement augmenté de 4% pour le monde entier (OMT, 2007). La CNUCED a développé l'initiative en e-tourisme qui incite les PED à mettre en place un Système de gestion de la destination (SGD) afin d'accroître l'autonomie des destinations dans la gestion de leur industrie touristique. Le SGD est défini selon l'OMT (2001), comme un système utilisant des TIC pouvant supporter les principales fonctions d'un Organisme de gestion de la destination (OGD) à savoir l'information, le marketing et la gestion administrative et économique. Les SGD sont conçus le plus souvent au niveau national, mais cette approche centralisatrice a pour effet d'isoler certaines régions qui ne profitent pas des bénéfices générées par le tourisme (Guerrero Lozano, 2007). La mise en place d'un SGD au niveau local permettrait à ces régions de profiter des retombées

économiques du tourisme. Il faut donc se demander s'il est possible de mettre en place une initiative locale en e-tourisme dans un contexte d'extrême pauvreté. Notre étude portera sur la zone de Gracias située dans le département le plus pauvre du Honduras et qui ne fait pas partie, à court et à moyen termes, des priorités de l'initiative en e-tourisme de l'Institut hondurien du tourisme (IHT). Notre question de recherche est donc la suivante : Est-il possible d'implanter un SGD dans la zone de Gracias au Honduras?

Dans le premier chapitre, nous présenterons la relation entre le e-tourisme et la réduction de la pauvreté. Nous montrerons que les projets de tourisme durable, appuyés par l'utilisation des TIC, pourraient contribuer à améliorer le niveau de vie des populations des PED. Nous concluons ce premier chapitre en soulignant l'impact potentiel que pourrait avoir une initiative en e-tourisme mise en place au niveau local dans un contexte d'extrême pauvreté. Dans le second chapitre, nous présenterons l'étude du cas de la zone de Gracias pour déterminer s'il serait possible d'y implanter un SGD respectant les principes du géotourisme. L'objectif sera d'évaluer les trois piliers préalables à l'implantation d'un SGD qui sont : le potentiel touristique, l'accessibilité aux TIC et la collaboration entre les acteurs. Nous concluons ce second chapitre en émettant des recommandations qui pourraient favoriser l'implantation du SGD dans la zone étudiée.

CHAPITRE I

E-TOURISME ET RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ

Le tourisme est une industrie en plein essor et, selon l'OMT, un facteur de réduction de la pauvreté. Toujours selon l'OMT, l'industrie touristique doit être développée de manière durable afin de limiter les effets pervers qu'elle peut engendrer, et rendre ainsi les destinations plus autonomes. L'intégration des TIC pour favoriser l'autogestion du tourisme est une solution proposée par la CNUCED dans son initiative en e-tourisme. Suite aux recommandations des organismes internationaux tels que l'OMT et la CNUCED, plusieurs pays en développement misent sur leur industrie touristique comme principal moteur de développement et adoptent des initiatives en e-tourisme. Parmi eux, nous retrouvons Madagascar, la Tunisie, le Cambodge ou encore le Honduras. Ce dernier pays est la destination que nous avons choisie pour effectuer notre étude de cas.

L'objectif de ce chapitre est de présenter les thèmes clés qui sont en lien avec la problématique. Ces thèmes sont : le tourisme et la réduction de la pauvreté, les effets pervers du tourisme, le tourisme durable, les TIC et le tourisme.

1.1 LE TOURISME, UN FACTEUR DE RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ SELON L'OMT

L'OMT¹ est une organisation intergouvernementale qui a pour mission la promotion et le développement d'un tourisme durable. Elle encourage la mise en place d'un Code mondial d'éthique en tourisme afin de maximiser les effets économiques, sociaux et culturels positifs du tourisme et de réduire les répercussions négatives sur l'ensemble de la société. Rappelons que l'industrie touristique constituerait selon l'OMT (2002) un potentiel de développement économique et social pour les pays en développement (PED). Le tourisme est une industrie en plein essor et constitue la quatrième source de recettes d'exportation après les industries pétrolière, chimique et automobile (OMT, 2008). Entre 1950 et 2005, le nombre des arrivées mondiales s'est accru à un rythme moyen de 6.5% par an pour atteindre près de 900 millions d'arrivées en 2007. Au cours de la même période, les recettes mondiales de cette industrie ont augmenté en moyenne de 11.2% par an pour arriver à 680 milliards de dollars en 2005². Ce rythme est plus élevé que celui de la croissance économique mondiale. Le tourisme serait la plus importante source de devises étrangères après le pétrole, mais aussi, une source de revenus, d'investissements, de création d'emplois, de bien-être social, de réduction de la dette extérieure et de diversification de l'économie pour les PED. Préoccupée par une répartition plus juste des bénéfices du développement du tourisme, l'OMT fait le point sur la contribution de l'industrie à l'élimination de la pauvreté et promulgue des recommandations sur mesure que pourraient adopter les divers intervenants en tourisme, les gouvernements et les organismes chargés du développement ainsi que les communautés locales (app. A). L'OMT a la volonté de jouer un rôle moteur dans la réalisation des Objectifs du millénaire pour le développement, en permettant aux Pays les moins avancés (PMA) d'utiliser leur produit touristique en tant qu'instrument de développement économique et social.

¹ L'OMT est une institution spécialisée des Nations Unies qui regroupe 153 États membres, sept territoires, et plus de 300 membres affiliés représentant le secteur privé, les établissements d'enseignement, le milieu associatif touristique et les collectivités locales en tourisme. En tant que principale institution en tourisme, elle souhaite servir de forum mondial pour les enjeux politiques touristiques et représenter une source de savoir-faire pour l'industrie.

² Site Internet de l'OMT, <http://www.unwto.org/aboutwto/why/fr/why.php?op=1>

Le tourisme peut contribuer à la réduction de la pauvreté et à l'amélioration des conditions de vie des populations d'accueil, à condition qu'il soit développé de manière durable et qu'il garantisse le respect de la culture locale et de l'environnement naturel.

1.2 UN TOURISME DURABLE POUR CONTRER LES EFFETS PERVERS DE L'INDUSTRIE

Après un bref retour sur la notion même de développement durable, nous reviendrons sur la définition du tourisme durable. Dans le cadre de notre étude, celui-ci a pour but de contrecarrer les effets pervers du tourisme en développant la participation des communautés locales. Enfin, nous présenterons le géotourisme, une forme de tourisme durable, qui accroît les initiatives de gouvernance participative.

1.2.1 Le développement durable

Au sortir de la seconde guerre mondiale, le modèle de développement basé sur le productivisme, l'intensification des activités et la consommation de masse est considéré comme le modèle de référence pour l'ensemble de la planète. Les chocs pétroliers dans les années 70, la crise de la dette au début des années 80, et la détérioration rapide de l'environnement viennent remettre en cause ce modèle de développement industriel productiviste qui était évalué essentiellement par le niveau de croissance économique (ex : PIB). La fin des années 80 et les années 90 voient naître le post-développement qui émane de contre-pouvoirs de la société civile de plus en plus sensible à la dégradation de l'environnement et à la croissance des inégalités sociales provoquées par une mondialisation à sens unique et par la multiplication des échanges inégaux. Les défenseurs de ce nouveau courant de pensée tels que Serge Latouche (2001) ou François de Ravignan (2001) dénoncent les conséquences négatives de l'industrialisation massive et recherchent des voies alternatives

anti-productivistes qui intègrent une dimension sociale et environnementale dans l'évaluation de la croissance. Ainsi, des indicateurs de substitution ont été créés, tels que l'Indice de développement humain (IDH), qui intègrent les dimensions sociales et environnementales lors de l'évaluation du niveau de développement. Selon Gendron et all. (2005), le post-développement, mais aussi le développement local ou encore le développement communautaire, sont des courants de pensées alternatifs qui se sont traduits par l'apparition du concept de développement durable. Deux définitions du développement durable sont reconnues comme étant la référence (Gendron, C., et all. 2005). La première implique que le développement durable repose sur l'interaction entre trois piliers environnemental, social et économique à travers laquelle l'économie est instrumentalisée dans le plus profond respect de l'environnement afin d'assurer le bien être des individus (Union internationale pour la conservation de la nature, 1980). La deuxième définition étant celle popularisée par le rapport Brundtland (1987) qui propose que l'activité économique soit utilisée afin d'atteindre des objectifs environnementaux et sociaux qui assureront un potentiel de consommation, un niveau de richesse future, et un bien-être individuel au moins aussi élevé que celui dont nous bénéficions aujourd'hui. La mise en œuvre d'un tel développement nécessite un système de gouvernance où tout le monde participe au processus de décision (Gendron, C., et all. 2005).

Ainsi, en appliquant le concept du développement durable au tourisme, les projets touristiques n'auront plus comme unique objectif l'augmentation de la richesse mais viseront aussi à conserver la culture et les traditions qui caractérisent les visités ou encore l'environnement dans lequel ils vivent.

1.2.2 Le tourisme durable

Nous avons vu dans la première section de ce chapitre que le tourisme pouvait permettre aux pays en développement d'accroître leur participation dans l'économie mondiale. Il convient de rappeler ici que le tourisme pourra bénéficier aux populations

d'accueil à condition qu'il soit géré avec une vision durable. Selon l'OMT³, la définition conceptuelle d'août 2004 du développement durable du tourisme se lit comme suit :

Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnemental, économique et socioculturel du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects.

La gestion durable du tourisme limiterait les effets pervers de l'activité touristique sur les destinations et multiplierait alors les effets positifs bénéficiant aux visités.

1.2.3 Les effets pervers d'un tourisme non durable

Selon certains auteurs, le tourisme pourrait engendrer des effets négatifs sur la société s'il n'est pas développé de manière durable. Ainsi, Brohman (1996) identifie des problèmes liés au tourisme tels que la dépendance excessive aux investissements étrangers contribuant à la perte du contrôle des ressources locales et le rapatriement des bénéfices vers les pays développés, le manque d'articulation entre les enclaves touristiques et les secteurs économiques domestiques produisant des effets multiplicateurs négligeables, ou encore le renforcement des inégalités sociales et spatiales, et l'aliénation de la culture locale. Selon Brohman (1996), la participation locale serait une solution pour éliminer ces effets négatifs. Aussi, Delisle et Jolin (2007) constatent les contraintes auxquelles se heurtent le développement touristique : l'industrialisation du tourisme de masse, les impératifs de la rentabilité, la qualité inégale des infrastructures de certaines destinations, les exigences du marché difficilement conciliables avec la recherche de l'authenticité, les carences dans la formation et la maîtrise du processus de développement chez les visités, les règles du jeu de

³ Site Internet de l'OMT : http://www.world-tourism.org/francais/frameset/frame_sustainable.html

la commercialisation avec les intermédiaires, ainsi que le contexte politique et la quête de sécurité. Delisle et Jolin (2007) déterminent ensuite des pratiques qui permettraient de diminuer ces contraintes : l'unicité de l'expérience, une gouvernance participative, l'éducation des visiteurs, la formation des visités, l'engagement des pouvoirs publics, le marketing éthique et éventuellement la certification.

Ainsi, le tourisme peut avoir des impacts négatifs sur les communautés d'accueil et certains auteurs en tourisme, dont Brohman (1996), Delisle et Jolin (2007) ou encore Lequin (2003), évoquent le concept de gouvernance participative comme solution pour réduire ces effets négatifs.

1.2.4 Gouvernance participative

Pour éviter les impacts négatifs occasionnés par le tourisme sur les communautés d'accueil, il conviendrait de mettre en place une gouvernance participative. Ceci impliquerait de consulter les membres des communautés pour tenir compte de leurs intérêts et accroître leurs degrés d'implication dans les projets de développement touristique. Ainsi, en impliquant les populations locales dans les processus de décision, on leur permettrait un contrôle supérieur sur le développement de leur communauté (Lequin, 2003). Plusieurs études de la Banque mondiale insistent sur la nécessité de l'engagement collectif et de la participation locale pour augmenter les chances de réussite d'un projet. Elles mentionnent que les locaux sont ceux qui ressentent le mieux quel projet pourra contribuer à assurer leur développement. Cette implication dans le processus de décision va accroître leur investissement dans un projet qui sera considéré comme le leur (Stiglitz, 2006).

Selon Schneider (1999), les fondements de la gouvernance participative sont la transparence avec l'obligation de comptes rendus, le renforcement du pouvoir des populations et le développement des capacités. Cette approche constituerait selon Schneider (1999) le chaînon manquant dans la lutte contre la pauvreté. L'implication des locaux dans le processus de décision ne sera possible que s'il existe sur le terrain une transparence de l'information qui garantira des relations de pouvoir saines. D'après Schneider (1999), les

populations locales devraient développer des compétences en communication afin d'être en mesure de trouver un consensus lors de leur participation aux prises de décision. Pour favoriser la gouvernance participative, il est nécessaire d'instaurer au sein des communautés locales un climat qui favorisera l'action collective et les initiatives de partenariats. C'est l'éducation qui va susciter chez les locaux une responsabilisation et une conscientisation sur le rôle potentiel qu'ils peuvent jouer pour l'avenir de leur communauté.

Dans le même sens, le concept de géotourisme du *National Geographic* a été conçu pour accroître les initiatives de gouvernance participative dans le développement durable du tourisme.

1.2.5 Le géotourisme

Le géotourisme est un concept développé par le *Center for Sustainable Destinations* du *National Geographic* qui prône la décentralisation de la gestion de l'offre et l'implication à part entière des communautés locales qui retiendront une plus large partie des bénéfices escomptés. Le géotourisme génère des initiatives locales impliquant les communautés locales afin de les conscientiser sur le patrimoine qu'ils possèdent, et sur les opportunités d'offres touristiques qui les entourent. Une étude sur le Géotourisme publiée dans le *National Geographic Traveler* (2002) montre que les attentes des voyageurs internationaux évoluent. Lassés de parcourir des milliers de kilomètres pour se retrouver dans un environnement similaire à celui qu'ils côtoient au quotidien, les voyageurs internationaux recherchent des destinations qui sauront se distinguer en leur permettant de séjourner dans un environnement local. C'est donc le géotourisme (app. B), une forme de tourisme, marqué par l'influence de la vision des locaux qui permet à une destination de se distinguer aux niveaux naturel et culturel et d'offrir une expérience unique qui satisfera les attentes des visiteurs. Ce concept vise à favoriser le développement de projets touristiques respectueux de l'environnement et de la culture locale qui seront à l'initiative des communautés locales et qui se traduiront par une différenciation des destinations.

1.3 LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC) AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT : L'INITIATIVE EN E-TOURISME DE LA CNUCED POUR L'AUTOGESTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES

Nous exposerons au sein de cette section la vision de la CNUCED face à l'impact des TIC sur le développement des Pays en développement (PED). Nous présenterons ensuite son initiative en e-tourisme qui pourrait constituer une solution pour accroître l'autonomie des destinations.

1.3.1 Les TIC et le développement selon la CNUCED

La CNUCED a pour mandat d'intégrer les PED dans l'économie mondiale afin de favoriser leur développement économique et social. Pour remplir sa mission, la Conférence organise des débats intergouvernementaux pour créer un consensus, elle réalise des travaux de recherche pour alimenter les débats et offre une assistance technique spécifique aux besoins des PED. Pour la CNUCED, les TIC représentent un potentiel pour le progrès économique et social des PED et jouent donc un rôle central dans la réalisation des Objectifs du Millénaire de développement. Dans le Consensus de Sao Paulo qui conclut la Onzième session de la Conférence tenue en juin 2004, il est mentionné que les TIC sont un instrument de compétitivité pour les entreprises (réduction des coûts de transactions, gain de productivité, accès à de nouveaux marchés, gestion plus efficace) mais qu'il existe des disparités entre les pays en termes d'accessibilité aux infrastructures technologiques et à la formation. Afin que les PED puissent tirer le meilleur des TIC, il est nécessaire de mettre en place une stratégie électronique nationale articulée aux politiques de développement. La création d'un environnement propice à une compétitivité mondiale fondée sur l'utilisation des TIC est un enjeu de développement pour les PED. Le Groupe d'étude sur les TIC des Nations Unies crée en 2001 par le Secrétaire général des Nations Unies rassemble des représentants du gouvernement, du secteur privé, de la société civile et des organisations internationales et a pour priorité de soutenir les PED dans la formulation de leurs stratégies relatives à

l'utilisation des TIC. Ainsi, les PED peuvent bénéficier de l'aide d'un réseau d'experts pour élaborer leur stratégie électronique.

1.3.2 L'initiative en e-tourisme de la CNUCED

La CNUCED (2005b) souligne que les fuites de capitaux causées par le tourisme sont très importantes et sont liées au monopole que détiennent les quatre principales agences de voyage en ligne localisées dans les pays développés, qui sont Travelocity, Orbitz, Opodo et Expedia. La Conférence mentionne que ces agences offrent des produits non représentatifs de la culture locale des destinations. Face à cette situation, l'implantation d'un SGD dans les Pays en développement pourrait-elle contrer deux des effets pervers du développement touristique (la perte du contrôle de l'offre et le rapatriement des bénéfices vers les pays développés)? Les TIC peuvent-elles augmenter les retombées économiques du tourisme dans les pays en développement en incluant les activités touristiques représentatives de ces régions dans les circuits touristiques mondiaux?

Selon l'OMT et la CNUCED, la réduction de la fracture numérique permettra aux intervenants touristiques localisés dans les pays pauvres de devenir compétitifs sur la scène internationale. La fracture numérique réside à la fois dans l'aspect technologique (ou matériel) et dans l'aspect informationnel (ou immatériel). C'est-à-dire que c'est non seulement l'acquisition mais aussi la maîtrise des outils technologiques qui permettront aux intervenants touristiques d'atteindre directement les voyageurs et de devenir plus autonomes dans la gestion de leurs activités (Bédard et Kadri, 2003). Par l'initiative en e-tourisme, la Conférence prône la mise en place d'un Système de gestion de la destination (SGD) au cœur d'une stratégie électronique nationale afin d'accroître l'autonomie des destinations dans la gestion de leur industrie touristique. Selon l'OMT (2001), les SGD sont définis comme des systèmes utilisant des TIC pouvant supporter les principales fonctions d'un Organisme de gestion de la destination (OGD) à savoir, la transmission de l'information, le marketing et la gestion administrative et économique. Le SGD sera matérialisé par une plateforme électronique dont le rôle sera de présenter, de promouvoir et d'impliquer les PME locales du

secteur touristique qui prendront le virage Internet et rejoindront les nouvelles habitudes d'achat en ligne des voyageurs internationaux. Cette initiative est basée sur une approche collaborative entre les secteurs public et privé, afin de leur donner les moyens techniques d'organiser, de promouvoir et de vendre leur offre. Ainsi, la CNUCED a un rôle de facilitateur et de maître d'œuvre par la conception et le développement d'un modèle de plateforme, par l'offre d'une formation sur les TIC et le tourisme (Programme Train for Trade) et par l'aide à l'élaboration d'un plan d'affaires (CNUCED, 2004).

1.4 UNE APPROCHE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL : LE E-TOURISME EN CONTEXTE DE PAUVRETÉ

L'initiative nationale en e-tourisme de la CNUCED intègre à la fois les politiques nationales de développement et les cyberstratégies nationales dont l'objectif est d'optimiser l'utilisation des TIC. Ainsi, les gouvernements profitent des synergies entre les stratégies et les politiques mises en place (Guerrero-Lozano, 2007). Un tel processus donne naissance à des initiatives gérées de façon centralisée qui priorisent le développement de certaines régions touristiques qui possèdent selon les décideurs le meilleur potentiel. Le cas du Honduras montre que la mise en place d'une plateforme électronique nationale offre un gain d'autonomie aux acteurs locaux du tourisme, mais semble se désintéresser à court et à moyen terme du développement touristique et économique des zones les plus démunies. Les régions priorisées par l'initiative en e-tourisme au Honduras sont Copán, les îles de la Bahía et Tela (IHT, 2006).

Est-ce que l'implantation d'une initiative locale en e-tourisme en milieu de pauvreté est réalisable ? Serait-il plus efficace de développer des initiatives locales que l'on intégrerait ensuite dans une initiative nationale de manière à permettre à toutes les régions de bénéficier de la visibilité offerte par l'initiative nationale en e-tourisme ? L'implantation de l'initiative en e-tourisme en milieu pauvre n'aurait-elle pas un impact supérieur si elle était envisagée selon une approche de développement local s'appuyant sur les principes du géotourisme ?

Il serait donc intéressant d'étudier la faisabilité d'une initiative locale en e-tourisme par la mise en place d'un Système de gestion de la destination au niveau local. Ce système permettrait l'organisation et la promotion d'une offre touristique soutenue par les communautés locales, et serait géré par certains membres de celles-ci. Ainsi, une part plus importante des revenus touristiques pourrait bénéficier aux populations locales et l'offre correspondrait réellement aux valeurs de la culture régionale. Une approche de tourisme durable, et plus particulièrement de géotourisme, et de gouvernance participative, dans l'instauration d'un SGD en milieu local permettrait de contrer certains effets pervers du développement touristique, tel que la perte du contrôle de l'offre, le rapatriement des bénéfices vers les pays développés et l'aliénation de la culture. L'approche privilégiée ci-dessus vise à adapter au niveau local l'initiative en e-tourisme de la CNUCED qui a jusqu'à présent, généré la création de plateformes nationales. Il s'agit donc de créer des initiatives locales en e-tourisme qui seraient intégrées aux plateformes nationales et accessibles depuis celles-ci, et assureraient la visibilité des régions.

Pour déterminer la faisabilité de l'implantation d'une initiative en e-tourisme au niveau local, il faudra évaluer les trois piliers suivants : le potentiel touristique de la zone sélectionnée, l'accessibilité aux technologies, et la collaboration des acteurs locaux. Ces trois piliers ont été déterminés comme des conditions préalables à l'implantation d'un SGD à partir de la consultation du Manuel du participant du programme *Train for Trade* de la CNUCED (2005b) sur l'initiative en e-tourisme. Nous avons choisi de réaliser cette étude de cas sur une des régions qui figure parmi les plus pauvres du Honduras et qui présenterait à priori de nombreux atouts touristiques. Il s'agit de la zone de Gracias localisée au cœur du département Lempira sur la *Ruta Lenca*. Ainsi, la problématique de l'étude porte sur la faisabilité d'implanter un Système de gestion de la destination respectant les principes de géotourisme dans la zone de Gracias (Lempira) au Honduras.

CHAPITRE II

LE CAS DE GRACIAS AU HONDURAS

L'objectif de ce mémoire est d'analyser la faisabilité d'implanter un SGD dans la zone de Gracias au Honduras. Au sein de ce chapitre, nous dresserons le portrait de la destination choisie, puis nous exposerons la méthodologie. Afin d'évaluer les trois piliers préalables à l'implantation d'un SGD, nous présenterons les résultats de notre étude, nous les analyserons, et enfin, nous émettrons des recommandations qui auront pour but de favoriser l'implantation d'un SGD dans la zone étudiée.

2.1 DESTINATION : LA ZONE DE GRACIAS AU HONDURAS

Dans cette section, nous présenterons le Honduras et plus particulièrement la zone de Gracias afin de dévoiler le contexte dans lequel l'étude de cas a été réalisée. Nous exposerons ici des données générales sur l'économie, sur l'industrie du tourisme et sur les technologies de l'information et des communications au Honduras. Nous terminerons cette section en dressant le portrait de la destination choisie : la zone de Gracias.

2.1.1 Le Honduras, un pays pauvre

Ce pays de 6,8 millions d'habitants (PNUD, 2007) est situé en Amérique centrale à proximité du Guatemala, du Salvador, du Nicaragua et du Belize (fig. 2.1). Son produit

intérieur brut (PIB) en 2005 s'élevait à 8,3 milliards de dollars américains et son Indice de développement humain (IDH) était de 0,7 en 2005, ce qui lui vaut le 115^{ème} rang sur 177 (PNUD, 2007). Entre 1990 et 2004, 50,7% de la population vit sous le seuil national de la pauvreté et le taux d'extrême pauvreté s'élève à 14,9 % de la population (Tableau 2.1). Même si le pays a réussi à atteindre les objectifs du Fonds monétaire international en augmentant ses recettes fiscales et en diminuant ses dépenses publiques, il reste un pays pauvre très endetté et bénéficie d'un allègement de la dette accordé par le Club de Paris en 2005, passant de 1474 millions de dollars à 413 millions de dollars.



Figure 2.1: Localisation du Honduras en Amérique Centrale (Division Géographique de la Direction des Archives du Ministère des Affaires Étrangères de la France, 2005)

Tableau 2.1

Indicateurs du développement humain au Honduras en 2005

PIB	8,3 milliards USD
PIB en PPA	24,7 milliards USD
PIB par tête	1151 USD
PIB par tête en PPA	3430 USD
IDH	0,700 (115 ^{ème} rang / 177 pays)
Indicateur de pauvreté humaine (IPH-1)	16,5%
Population vivant en dessous du seuil de la pauvreté monétaire 1 USD / jour (1990-2005)	14,9%
Population vivant en dessous du seuil de la pauvreté monétaire 2 USD / jour (1990-2005)	35,7 %
Population vivant en dessous du seuil national de la pauvreté monétaire (1990-2004)	50,7%

Source : PNUD (2007). Rapport mondial sur le développement humain 2007/2008.

2.1.2 Le tourisme au Honduras

Le tourisme est une industrie dynamique au Honduras. Selon l'IHT en 2006, le tourisme représente 6,5% du PIB et génère plus de 54 000 emplois directs et plus de 63 000 emplois indirects. Le tableau 2.2 ci-dessous répertorie le nombre d'entreprises évoluant dans l'industrie du tourisme entre les années 2004 et 2006. Entre 2005 et 2006, le nombre de touristes s'est accru de 10 % pour atteindre 1.14 millions de visiteurs. Parmi eux, 739 000 sont des touristes et 401 000 sont des excursionnistes (visiteurs d'une journée). Plus de la moitié des touristes viennent des pays d'Amérique Centrale, tandis qu'un tiers proviennent des États-Unis, et moins de 10% des pays européens. Ces touristes passent neuf jours en moyenne sur le territoire hondurien. Il s'agit donc d'un tourisme essentiellement régional.

Tableau 2.2

Établissements touristiques au Honduras

	2004	2005	2006
Hôtels	871	908	928
Chambres	19 519	20 453	21 015
Restaurants	3 833	4 062	4 344
Agences de voyages et Tour Opérateurs	166	168	170
Location de voiture	44	47	49
Magasins d'artisanat	268	274	278
Centres récréatifs	84	86	89
Musées et galeries	46	47	48

Source : Statistiques de l'IHT, 2006

Les principales zones touristiques au Honduras sont localisées aux îles de la Baie (*Islas de la Bahía*) avec notamment l'île Roatán, sur le littoral atlantique avec Tela et la Ceiba, et Copán Ruinas (fig. 2.1). Les îles de la Baie ont la particularité d'abriter un des plus grands récifs coralliens du monde. Le Honduras est pourvu d'un patrimoine culturel et historique important, avec un site archéologique maya dans la vallée de Copán, des villages coloniaux dont Gracias et Comayagua, ainsi que de huit ethnies (ou cultures vivantes) parmi lesquelles les Lencas ou encore les Garifunas. Le Honduras possède quatre aéroports internationaux dans les villes de Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba et Roatan, ainsi que cinq aéroports nationaux dans les villes de Copán, Comayagua, Guanaja, Tela et Trujillo.

D'après le résumé exécutif de l'Institut hondurien du tourisme (IHT) concernant la Stratégie nationale de développement durable du secteur touristique au Honduras 2006-2021, le gouvernement est conscient du potentiel touristique du pays et de la nécessité de le développer de manière responsable et durable. Il reconnaît la contribution économique et sociale potentielle de cette industrie par la création d'emplois, les entrées de devises et le renforcement de l'identité nationale. Il voit le tourisme comme une opportunité de changement pour le pays en tant qu'outil permettant d'assurer une meilleure répartition des

revenus, une gestion durable des ressources naturelles et culturelles, et un meilleur niveau de vie pour les Honduriens. La priorité à court terme pour l'IHT est de développer le tourisme de plage, de plongée sous-marine, d'archéologie et de croisière afin d'attirer davantage les touristes internationaux car leurs dépenses (entre 200 et 800 USD par séjour) et la durée de leur séjour sont supérieures à celles des touristes nationaux et transfrontaliers. Les zones du littoral atlantique et de Copán Ruinas reçoivent donc l'intérêt du gouvernement. Néanmoins, un projet d'investissement de 300 millions USD donnera naissance prochainement à sept hôtels de luxe, 168 villas et un terrain de golf de 27 trous dans la Baie de Tela. Ce projet devrait permettre d'accueillir 200 000 touristes supplémentaires avec des recettes annuelles estimées à plus de 100 millions USD. Aussi, la compagnie Carnival Corporation & PLC en partenariat avec Jerry Hinds, propriétaire de l'hôtel Coral Bay, a investi 50 millions USD dans la construction et l'exploitation d'un terminal de croisière sur l'île de Roatán (Ambassade de France au Guatemala – Mission économique, 2007). Á moyen terme, l'IHT souhaite développer l'écotourisme, le tourisme d'affaires et le tourisme de « culture vivante », et ce n'est qu'à long terme que l'accent sera mis sur le développement du tourisme rural et colonial, tel le projet de la *Ruta Lenca*. Il s'agit d'une route qui relie les villages influencés par la culture Lenca. Elle s'étend de Santa Rosa de Copán à Marcala dans l'Ouest du Honduras. C'est un projet de développement touristique de l'Institut hondurien de tourisme et des municipalités qui la composent. La zone sur laquelle porte cette étude de cas, Gracias et ses environs, se situe sur la *Ruta Lenca*.

En 2004, le Honduras fut le premier pays à adopter la stratégie de géotourisme basée sur le modèle de développement de l'Étude de Géotourisme conduite par la Revue du *National Geographic Traveler* en 2002. L'adoption d'une telle stratégie implique que le gouvernement favorisera la mise en place de politiques et de pratiques qui assureront l'authenticité et le développement des différentes régions du pays sans négliger les zones les plus isolées (Fundación SAVE, 2006). Au regard de la stratégie de l'IHT, il semblerait que la stratégie de géotourisme entre seulement dans les priorités à moyen et long terme.

2.1.3 TIC au Honduras

Le gouvernement du Honduras est doté d'une Commission nationale des télécommunications (CONATEL). La mission de cet organe est de promouvoir le développement et la modernisation des TIC en favorisant les investissements privés dans un contexte loyal de libre concurrence qui garantit la protection des utilisateurs. La Commission a pour objectif d'accroître l'accès à des technologies de qualité et à faibles coûts.

Selon CONATEL, entre 2002 et 2007, le nombre d'internautes a été multiplié par 2,5 passant de 168 000 à plus de 424 000 personnes. Au cours de la même période, le nombre de points d'accès à Internet (cybercafés ou Centres communautaires de Connaissances et de Communications (CCCC)) a quadruplé pour atteindre 1335 points d'accès. En 2007, plus de 60 000 ménages (soit 3,5% du nombre total de ménages) utilisent Internet, tandis que 120 700 ménages (soit 7,5% du nombre total de ménages) possèdent un ordinateur⁴. Le maintien d'un monopole d'état a contribué à maintenir le coût de l'accès à la téléphonie à un niveau très élevé jusqu'en 2005. Même si la libéralisation est à présent engagée, 20% de la population seulement accèdent à une ligne téléphonique (fixe ou mobile). En 2007, il y a 550 000 ménages (soit près de 34,4 % des ménages) abonnés à la téléphonie fixe contre près de 856 000 ménages (soit 53,5% des ménages) abonnés à la téléphonie mobile. Le fait qu'il y ait davantage d'abonnés à la téléphonie mobile peut-être lié à l'apparition de Tigo la marque de commerce de l'opérateur Celtel qui a misé sur une couverture de l'intégralité du territoire sans oublier les zones les plus reculées (la zone rouge dans la fig. 2.2). Son utilisation par carte prépayée séduit la population. Celtel appartient à Millicom International Cellular S.A, une multinationale des télécommunications dont le siège social est au Luxembourg. Elle dessert 16 marchés émergents d'Asie, d'Amérique Latine et d'Afrique en offrant un service abordable de téléphonie mobile par carte prépayée.

⁴ Le site Internet de CONATEL indique qu'il y a plus de 7,5 millions d'habitants au Honduras, pour 1,6 million de ménages, ce qui permet de déduire que le nombre moyen de personnes par ménage est de 7. Ce site précise qu'il y a 424 000 utilisateurs d'Internet, ce qui permet de déduire qu'il y a environ 60 000 ménages qui utilisent Internet.

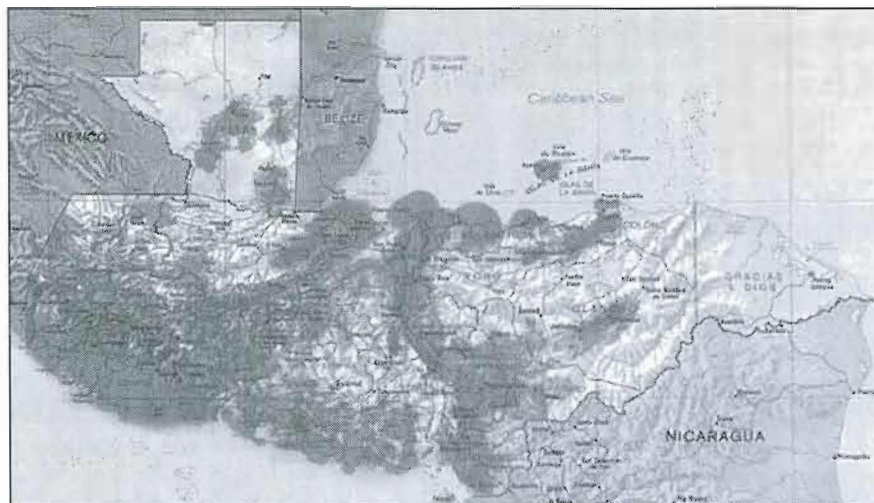


Figure 2.2 : Couverture du territoire en téléphonie mobile de Tigo au Honduras.

Conscient que l'accent doit être mis sur le développement des TIC, le gouvernement a mis au centre de sa politique nationale la création de Centres communautaires de télécommunication dans les régions les plus reculées (Ambassade de France au Guatemala – Mission économique, 2006). Pour y parvenir, le Conseil hondurien des sciences et de la technologie (COHCIT) a développé une connexion satellitaire permettant aux CCCC d'accéder à Internet. Ce projet permet aux étudiants, aux professionnels, aux membres des ONG et aux fonctionnaires municipaux, des régions les plus défavorisées, d'accéder à Internet. Le COHCIT a pour mission de développer la science et les technologies afin d'assurer le développement économique et sociale du pays. En collaboration avec la Banque Interaméricaine de développement (BID), il a initié la mise en place des CCCC dans les 122 municipalités les plus pauvres du pays. Ce projet entre dans le cadre de la stratégie gouvernementale de l'éradication de la pauvreté par la réduction de la fracture numérique. Les CCCC offrent entre autres l'accès à l'Internet (par satellite), à des encyclopédies en ligne, à des services de téléphonie ainsi que des services de vidéoconférence. La rapidité de la connexion est de 100 Mbps (méga bits par seconde), mais plus il y a de centres qui se connectent, plus elle ralentit. Ces centres constituent des points d'accès centraux aux nouvelles technologies pour les personnes vivant dans les régions démunies et qui n'y ont pas accès à domicile. En résumé, le gouvernement du Honduras multiplie les efforts en termes de

développement de TIC afin de permettre l'accès aux technologies à une plus grande partie de la population.

2.1.4 Initiative nationale en e-tourisme : Visitehonduras.com

L'IHT a participé à la réunion du groupe d'experts sur les TIC et le tourisme dans l'optique du développement qui s'est tenue du 30 novembre au 2 décembre 2005 à Genève. Par ailleurs, l'intérêt que le gouvernement hondurien attache au tourisme et aux TIC s'est traduit par la mise en service de la plateforme Internet Visite Honduras qui constitue l'initiative nationale en e-tourisme.

Cette initiative nationale en e-tourisme suit les lignes directrices de la stratégie nationale de développement touristique et fournit une information plus complète pour les trois zones prioritaires (les îles de la Baie, le littoral atlantique et Copán Ruinas) que pour les autres zones, telles que celles se situant sur la *Ruta Lenca*. Le site Internet Visite Honduras n'est pas transactionnel et donne essentiellement de l'information de base sur les régions touristiques sans offrir de lien direct vers les professionnels du tourisme. Il peut être alors considéré comme un SGD de premier niveau⁵, soit informationnel, et ses fonctionnalités pourront évoluer par la suite afin qu'il puisse supporter les autres activités de l'OGD (marketing et gestion administrative et économique).

La littérature existante sur le développement durable du tourisme favorise la mise en place de projets locaux pour impliquer les communautés locales dans la prise de décision et multiplier les retombées économiques locales du tourisme. Ainsi, serait-il possible de

⁵ Les 4 niveaux des SGD (O'Connor, 1999) sont : (1) information sur les fournisseurs touristiques ; (2) fonction du niveau 1 et réservation en ligne ; (3) fonctions du niveau 1 et 2 et optimisation du marketing de la destination par l'utilisation de la base de données clients ; (4) fonctions des niveaux 1, 2 et 3, et gestion stratégique de la destination au-delà des limites des organisations.

développer des initiatives locales que l'on intégrerait par la suite à l'initiative nationale de façon à ce que toutes les régions soient visibles ?

2.1.5 Portrait de la zone de Gracias

Dans le but de donner un aperçu général de la zone étudiée, nous allons dresser le portrait administratif, géographique, démographique et socio-économique. Cette section est composée d'informations obtenues à partir de la consultation du Diagnostic socioéconomique de la *Mancomunidad Colосуca* réalisé en janvier 2006 par la *Mancomunidad Colосуca* et l'AECID.

2.1.5.1 Contexte administratif

Le département Lempira compte cinq *Mancomunidades* (fig. 2.3). Une *Mancomunidad* est une entité administrative qui regroupe des municipalités. La *Mancomunidad Colосуca* a été approuvée en juin 2003 et regroupe cinq municipalités du département Lempira. Elle est composée de Bélen, Gracias, San Manual Colohete, San Marcos de Caiquin et San Sebastian qui sont réparties sur une surface de 1239 km². Notons ici que San Marcos de Caiquin et San Sebastian ne nous ont pas permis de regrouper suffisamment de données pour les intégrer à l'étude. Aussi, nous incluons La Campa dans notre étude car cette municipalité faisait initialement partie de la *Mancomunidad Colосуca* et pourrait la réintégrer lors des prochaines élections municipales. Cette association de municipalités a pour mission d'améliorer la condition de vie de ses habitants à travers la valorisation du potentiel culturel et naturel.



Figure 2.3 : Les *Mancomunidades* dans le département de Lempira (*Diagnostico socioeconomico de la Mancomunidad Colosuca*, janvier 2006).

2.1.5.2 Contexte géographique

La *Mancomunidad Colosuca* se situe au centre du département Lempira. Elle est bordée par les départements de Copan et d'Ocotepeque à l'ouest, le département d'Intibuca à l'est, la *Mancomunidad Puca* au nord, et les *Mancomunidad CAFEG* et *SOL* au sud. Ses terres sont accidentées (hauts plateaux, vallées et sommets) et sont largement occupées par le parc national de la montagne Celaque qui s'étale sur 264 km². Son plus haut sommet s'élève à 2849 m d'altitude. Il s'agit du point culminant du Honduras.

2.1.5.3 Contexte démographique

On retrouve au sein de la *Colosuca* 74 000 habitants (50,1 par Km²). Gracias compte 40 000 habitants, alors que San Manuel de Colohete en accueille 16 000. La population des autres municipalités varie entre 4000 et 8000 personnes. La population est jeune : 46,9% ont moins de 15 ans et seulement 3,5% ont 65 ans et plus. La moyenne d'âge est alors de 21 ans. On note que 47,9% de la population sont en âge de travailler. Il y a 104 hommes pour 100 femmes. Le taux de fécondité est de plus de six enfants par femme (6,7), ce qui est plus élevé que la moyenne nationale (4,3). Le taux de mortalité infantile au sein de la *Colosuca* se situe entre 38 et 48 pour mille. En 2001, 29 000 habitants de la *Mancomunidad* se sont identifiés comme membre appartenant au groupe ethnique Lenca.



Figure 2.4 : Des enfants de San Marcos de Caiquín, juillet 2007.

2.1.5.4 Contexte socio-économique

En 2001, le taux de pauvreté au sein de la *Colosuca* atteignait 72,7% de la population. Cet indicateur se base sur l'accès à l'eau potable, le service sanitaire, le niveau d'éducation du chef de famille, la capacité de subsistance, la promiscuité et l'état du logement. Environ 32,3% des plus de 15 ans ne savent ni lire ni écrire, alors que le taux d'analphabétisme

national s'élève à 20%. Les municipalités de San Sebastian (45,4%) et de San Manuel de Colohete (38,3%) détiennent le taux d'analphabétisme le plus élevé de la *Colosuca*. La Campa fait le plus d'efforts en matière de réduction d'analphabétisme et atteint le taux le plus bas (22,1%). L'agriculture représente 71% des emplois de la *Mancomunidad* et les cultures principales sont celles du maïs, des fèves, du sucre de canne et du café. Nous trouvons à travers les municipalités des associations d'éleveurs, des coopératives de producteurs de café, des associations de paysans, des coopératives mixtes d'épargne et de crédit, des coopératives de potiers, et des associations d'artisans. Le réseau routier qui relie les municipalités de la *Colosuca* ne favorise pas la communication entre les habitants des différents villages. En effet, l'état des routes rend la durée des trajets très longue, et ne favorise pas l'expédition des cultures locales, dont notamment le café (fig. 2.5). Á titre d'exemple, il faut 1h30 de voiture pour parcourir les 37km séparant Gracias de San Manuel de Colohete.



Figure 2.5 : Chemin reliant la coopérative de production de café de Belén à la route principale, juillet 2007.

Il semble donc que cette zone, de part son contexte administratif, géographique, démographique et socio-économique, constitue un bon laboratoire pour l'étude de faisabilité d'implantation d'un SGD local en milieu de pauvreté. Gracias est une des régions du Honduras la plus affectée par la pauvreté, et à priori, le contexte socioéconomique semblerait être une contrainte pour le développement des TIC. En effet, elle présente des communautés

locales jeunes, touchées par un manque d'éducation, par une infrastructure routière dégradée, et dont la principale ressource économique est l'agriculture. Le gouvernement a priorisé les zones littorales et Copán dans son plan de développement touristique. Pourtant le tourisme ne pourrait-il pas contribuer à réduire la pauvreté dans la zone de Gracias? Est-il possible d'y implanter une initiative de e-tourisme locale? Pour répondre à ces questions, nous avons évalué la faisabilité d'implanter un Système de gestion de la destination dans la zone de Gracias. La section suivante, nous permettra d'exposer la méthodologie que nous avons suivie pour y parvenir.

2.2 MÉTHODOLOGIE

Nous exposerons dans cette section la démarche méthodologique. L'objectif de la recherche est d'analyser la faisabilité d'implanter un Système de gestion de la destination local en milieu de pauvreté. D'après le Manuel du participant du programme *Train for Trade* de la CNUCED sur l'initiative en e-tourisme, trois piliers à la réussite de l'implantation d'un SGD sont nécessaires : le potentiel touristique de la zone sélectionnée, l'accessibilité aux technologies, et la collaboration des acteurs locaux. Nous avons évalué ces trois piliers dans la zone de Gracias au Honduras. Nous expliquerons successivement le choix de la destination, le type de recherche effectué, les sources et la nature des données utilisées et enfin, les différentes étapes de la recherche.

2.2.1 Le choix de la destination

Nous avons choisi de mener cette recherche sur la zone de Gracias dans le département Lempira au Honduras pour deux raisons. Premièrement, il existe un programme de coopération entre l'UNITEC et l'UQAM (app. C) qui vise la réduction de la pauvreté par le développement local et le tourisme. Ce programme s'intéresse à deux des zones les plus touchées par la pauvreté du Honduras qui présentent un potentiel touristique : les départements Lempira et Francisco Morazán. Nous pouvons donc bénéficier des contacts

préétablis par ce programme de coopération. Deuxièmement, nous avons parcouru les lignes directrices de la stratégie nationale du développement touristique de l'Institut hondurien du tourisme. Nous avons remarqué que les zones de pauvreté mentionnées ci-dessus ne faisaient pas parties des axes prioritaires de développement touristique alors que leur potentiel pourrait leur permettre de bénéficier de cette industrie. La promotion et le développement du tourisme se font essentiellement dans les îles de la Bahia, le littoral atlantique et Copán Ruinas.

2.2.2 Le type de recherche

2.2.2.1 Une étude exploratoire

En considérant qu'aucune étude sur le e-tourisme dans la zone de Gracias n'a été encore effectuée, nous avons réalisé une étude exploratoire. Elle se compose de deux parties que le chercheur réalise souvent simultanément : les lectures existantes sur le sujet traité, et les activités sur le terrain telles que des entretiens exploratoires (Quivy et Van Campenhoudt, 2006). Nous émettrons des hypothèses qu'à la fin de notre recherche, au sein de la conclusion.

Les fondements épistémologiques des entretiens exploratoires sont d'ordre interprétativiste et constructiviste. Le choix du nombre de personnes interviewées se fait en fonction du principe de saturation de l'information. Comme le soulignent Quivy et Van Campenhoudt (1995), il n'est pas nécessaire d'utiliser une grille d'analyse pour exploiter les entretiens exploratoires. Afin de dégager les points essentiels, il faut écouter et réécouter les enregistrements des entrevues. Selon Quivy et Van Campenhoudt (1995) :

Les entretiens exploratoires n'ont pas pour fonction de vérifier des hypothèses ni de recueillir ou d'analyser des données précises mais bien d'ouvrir des pistes de réflexion, d'élargir les horizons de lecture et de les préciser, de prendre conscience des dimensions et des aspects d'un problème auxquels le chercheur n'aurait sans doute pas pensé spontanément [...]. Les divergences de points de vue entre les interlocuteurs sont faciles à repérer. Elles peuvent faire apparaître des enjeux insoupçonnés au départ et donc aider le chercheur à élargir son horizon et à poser le problème aussi judicieusement que possible.

2.2.2.2 Une orientation inductive

L'orientation de la recherche a été inductive. C'est à partir de l'analyse de documents et des observations sur le terrain que nous avons pu faire un lien avec les connaissances théoriques. Par souci de clarté, nous avons présenté ces connaissances théoriques dans le chapitre I. Lors de notre séjour à Gracias, nous avons pu réaliser que l'enjeu véritable de l'implantation d'un SGD local en milieu pauvre pouvait être aussi d'ordre organisationnel et non seulement technologique comme le laisser entrevoir Soupizet (2004) qui dénonçait un élargissement de la fracture numérique. C'est ainsi que nous nous sommes intéressés au concept de gouvernance participative.

2.2.3 Méthodes et outils pour recueillir les données

Lors du séjour de six semaines dans la zone de Gracias, nous avons pour objectifs d'évaluer les trois piliers préalables à l'implantation d'un SGD local, soit le potentiel touristique local, l'accessibilité aux technologies de l'information et de la communication, et les relations entre les acteurs impliqués dans le développement touristique; et de dresser un portrait socioéconomique de la destination. À travers cette partie, nous allons faire état des méthodes de travail qui nous ont permis de collecter l'information sur place. La méthodologie appliquée afin de cueillir, organiser et interpréter les résultats a été réalisée à partir d'une enquête qualitative.

2.2.3.1 Le recueil des données existantes

Afin de dresser le portrait de la destination, nous avons recueilli sur place une étude de 2006 qui dresse le diagnostic socio économique de la *Mancomunidad Colosuca*. Aussi, lors de la conférence du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) sur les Objectifs du millénaire en juillet 2007 à Gracias, nous avons obtenu un rapport faisant état du

niveau de développement du Honduras. Pour réaliser l'inventaire de l'offre touristique, nous avons eu accès à des documents écrits et présentations PowerPoint, présentant les activités touristiques de la région, l'inventaire des structures hôtelières et de restauration, le profil des visiteurs et le plan de développement touristique de la *Colosuca*.

2.2.3.2 Entrevues individuelles semi-dirigées et dirigées, et focus group

Afin de mesurer l'utilisation des TIC dans la zone identifiée, des entrevues dirigées auprès des fournisseurs de service de téléphonie et d'Internet ont été menées. Des entrevues individuelles avec les responsables des CCCC ont été dirigées. Nous avons récolté de l'information sur le fonctionnement et le rôle de ces centres communautaires de télécommunications, le type de projet auquel ils prennent part ainsi que sur leur connexion Internet. Une entrevue a été réalisée avec le chef de la direction départemental de Hondutel pour avoir des informations précises sur le nombre et le coût des abonnements téléphoniques et Internet.

Des entrevues exploratoires individuelles et semi-dirigées ont été réalisées avec les différents intervenants touristiques de la zone de Gracias afin d'obtenir de l'information sur la dynamique et les liens les unissant (app. D).

Aussi, nous avons assisté à quatre *focus group* (app. D) initiés par la *Colosuca*. Nous avons profité de ces occasions pour connaître l'opinion des parties prenantes sur le développement touristique de leur région et la faisabilité de mettre en place un SGD. Nous avons présenté le SGD et ses trois piliers au début de chaque rencontre. Nous avons utilisé l'outil SWOT lors de ces *focus group* pour susciter la participation des intervenants présents.

2.2.3.3 Enquête par questionnaire

Nous avons distribué un questionnaire dans les hôtels afin d'obtenir des données sur leur offre de services, leur infrastructure, leur clientèle, leurs ressources humaines et leurs ressources technologiques (utilisation d'ordinateurs, de téléphones, de fax, de logiciels et d'Internet) (app. E). Pour concevoir ce questionnaire, nous nous sommes appuyée sur un document intitulé *Linking Communities, Tourism & Conservation. A Tourism Assessment Process.*, qui a été conçu par le *Conservation International* et la *George Washington University*. Il permet de réaliser une analyse du potentiel touristique d'une destination. Ce guide est un outil pour les praticiens engagés dans l'application du tourisme comme stratégie pour la protection de la nature et des ressources socioculturelles, l'amélioration du bien-être des autochtones et la réduction de la pauvreté. Son but est de développer des projets touristiques durables au cœur des destinations. Ce manuel va dans le même sens que les principes du géotourisme du *National Geographic*.

2.2.3.4 Observation directe

En séjournant dans la zone de Gracias, nous avons pu faire des observations directes. En fréquentant les rues de Gracias, les routes de la zone, les hôtels, les restaurants, les points d'accès à Internet, les téléphones publics, les magasins, les coopératives agricoles ou artisanales, et en participant aux activités touristiques ou encore à une séance de formation dispensée aux guides locaux, nous avons pu apprécier l'offre touristique, l'accessibilité aux technologies, l'infrastructure routière, et la santé économique et sociale de la zone étudiée.

En fréquentant les bureaux de la *Colosuca*, et en participant à diverses réunions à titre d'observateurs, nous avons pu déceler les liens et les jeux de pouvoir entre les intervenants touristiques de la zone de Gracias.

2.2.4 Les étapes de la recherche

Afin de mener à bien cette recherche, trois étapes ont été déterminées. La première étape consistait à la recherche d'informations et à une série de lectures exploratoires afin de bien comprendre le contexte du sujet. Par la suite, une prise de contact avec notre informateur local clé, Miguel Dubon, diplômé de l'UNITEC et employé du Centre de développement local en tourisme (CDLT), a été faite par l'intermédiaire du projet de coopération UQAM-UNITEC. Il nous a aidé dans la coordination du séjour et nous a permis d'établir un premier contact avec les acteurs locaux. La dernière étape, menée sur le terrain, consistait à procéder à l'inventaire de l'offre touristique et des TIC utilisées dans le secteur de Gracias, et à rencontrer les acteurs potentiels de la région explorée (les intervenants touristiques ainsi que les autorités locales et autres membres des communautés) qui pourraient favoriser la mise en place d'un SGD. Nous avons réalisé une analyse du rôle de ces acteurs afin d'évaluer leur place dans la communauté locale ainsi que leur niveau de collaboration.

Au cours de l'étude sur le terrain, des entrevues exploratoires ont été réalisées avec 21 intervenants touristiques afin d'analyser leurs relations et leurs implications. Des documents recueillis sur place, le suivi d'une formation destinée aux guides locaux, et la distribution du questionnaire construit sur le modèle de *Linking Communities* ont permis la réalisation de l'inventaire de l'offre touristique. Enfin des entrevues menées en fonction des éléments à collecter, déterminés par le Manuel du participant du programme *Train for trade* de la CNUCED sur l'initiative en e-tourisme ont rendu possible l'inventaire des technologies de l'information et de la communication.

2.3 RÉSULTATS

2.3.1 Inventaire de l'offre touristique

L'objectif de cette section est de réaliser l'inventaire de l'offre touristique de la zone de Gracias. Nous nous sommes basés sur la démarche d'analyse de potentiel touristique d'une destination présentée dans *Linking communities, Tourism & Conservation. A Tourism Assessment Process*. (Gutierrez, Lamoureux et al., 2005). Nous présenterons successivement les attraits naturels, les attraits culturels, le patrimoine, l'infrastructure hôtelière, l'accessibilité, les services publics, la concurrence, et l'analyse de la clientèle.

2.3.1.1 Attraits naturels

La plupart des municipalités sont situées au pied de la montagne Celaque. Grace aux nombreuses précipitations, cette forêt tropicale humide bénéficie d'un écosystème riche. On y retrouve 230 espèces de plantes, 45 espèces de mammifères et 269 espèces d'oiseaux. La montagne Celaque abrite le sommet *las Minas* (2849 mètres) qui est le plus haut du Honduras. Les adeptes de la nature, du *trekking* et des promenades à cheval ont la possibilité de se rendre au sommet via des sentiers balisés, et de découvrir le refuge de Naranjito et le camp de Quetzal, ou encore le belvédère de la cascade. Le sommet de la montagne offre des points de vue sur la région lorsqu'il n'est pas recouvert par les nuages. Opalaca, une municipalité accessible via Belén offre aux visiteurs des sentiers accessibles à cheval d'où ils pourront bénéficier de plusieurs points de vue sur une cascade. El Alto est situé à 45 km de Gracias, à 2200 mètres d'altitudes, bénéficie d'un panorama sur le sud du département Lempira et la République du Salvador. Les 11 familles qui y vivent, avec un appui de la municipalité, ont pris la décision d'accueillir des touristes. On retrouve à 6,5 km de Gracias des bains thermaux appelés *Las aguas termales*. Ces eaux chaudes riches en soufre attirent de nombreux habitants de Gracias et des environs le plus souvent en soirée. Ce lieu est doté de vestiaires et d'un point de restauration rapide, il est ouvert au public tous les jours de la semaine. Le climat et la terre sont propices à la culture du café, de nombreuses plantations

sont situées dans la *Colosuca*. Il est possible de les sillonner à cheval au départ de San Marcos de Caiquín. Même si cette activité n'est pas encore développée, les membres de la coopérative COCABEL de Belén sont prêts à recevoir des visiteurs pour leur montrer le processus de transformation du café. Aussi, Don Maximilio possède une ferme intégrale sur la route entre Gracias et la Campa. Ses cultures variées à petite échelle lui permettent de subvenir aux besoins alimentaires de sa famille. Son fils assure une visite des lieux d'une durée d'environ deux heures. Les visiteurs ont ensuite la possibilité de déguster un repas composé des produits de la ferme préparé par l'épouse de Don Maximilio.

2.3.1.2 Attractions culturelles

Les municipalités de la *Colosuca* sont situées sur la *Ruta Lenca*. Le département Lempira est profondément marqué par les traditions du groupe indigène Lenca, qui sont honorées à chaque année pour la fête de Lempira, héros hondurien, entre le 12 et le 20 juillet.. La Campa est reconnue pour son artisanat et héberge une coopérative de poterie Lenca qui commercialise les produits de ses membres. La *Escuelona* est un musée sur la poterie lenca qui retrace l'histoire et le processus de production des poteries utilisées dans la vie quotidienne des Lencas. Doña Desidería Perez, propriétaire d'un atelier, offre une formation aux visiteurs et leur permet de réaliser une poterie en guise de souvenir. Á Gracias, le restaurant *Rinconcito Graciano*, tenu par Lizeth Perdomo, fait vivre aux visiteurs une expérience culturelle. Il offre un éventail des spécialités culinaires lencas, cuisinées avec des aliments cultivés par les petits agriculteurs des environs. Le tout servi dans des ustensiles fabriqués par les ateliers de poterie du département. Sur la route entre Gracias et Bélen, la *Panaderia Santa Anita* qui est une coopérative de travailleuses, fabrique du pain local de manière artisanale (fig. 2.6). La *Casa Galiano* à Gracias est un centre d'interprétation dont l'objectif est d'exposer la culture Lenca.



Figure 2.6 : Fabrication du pain local de manière artisanale, *Panaderia Santa Anita*, juillet 2007.

2.3.1.3 Le patrimoine colonial

L'architecture des monuments ainsi que celles des édifices municipaux sont la marque de trois siècles de conquête espagnole. Au 16^{ème} siècle, Gracias fut une ville importante d'Amérique centrale. Elle fut fondée en 1536 par le capitaine espagnol Juan de Chavez. À l'origine, la ville s'appelait « Gracias a Dios » car après avoir passé plusieurs jours dans cette zone montagneuse à chercher un espace pour y construire sa ville, le conquérant espagnol finit par y trouver un endroit plat et prononça les mots suivants : « *Gracias a Dios que hemos hallado tierra llana* » (merci Dieu pour avoir enfin trouvé la terre plate). En 1544, le « *Sede de la Audiencia de los Confines* », le Conseil du gouvernement pour la protection des droits humains indigènes d'Amérique centrale, et la capitale du Honduras y étaient établis jusqu'à que la ville de Comayagua au Honduras et Antigua au Guatemala prennent la relève. Aujourd'hui, cette ville coloniale, où règnerait encore cette atmosphère originale, est reconnue pour être l'un des trésors cachés du Honduras (Honduras Tips, 2007).

Les églises datant du 18^e siècle sont les éléments principaux tangibles de la zone. Dans chacune des municipalités étudiées, l'église est au centre de celles-ci. L'église *Inmaculada concepción* de San Manuel de Colohete se démarque des autres églises de la zone. Selon la proposition d'intervention (phase 1) proposée par l'AECID (2007), on découvre qu'elle aurait été construite en 1721, et qu'elle serait une représentation du baroque américain. L'église de San Manuel de Colohete constituerait un exemple de l'architecture religieuse que l'on retrouvait dans la province Honduras et qui été liée à l'influence exercée par la ville de Santiago de Guatemala. Aussi, elle serait considérée par les études en histoire de l'art latino-américain comme étant l'exemple unique de l'art baroque au Honduras. Le fort San Cristobal de Gracias, dont les canons ont été donnés par le gouvernement espagnol, est un autre élément important du patrimoine local. Il a été construit au 19^e siècle pour protéger la ville. Situé sur une petite colline, il offre un point de vue panoramique sur la ville de Gracias.



Figure 2.7 : L'église *Inmaculada concepción* de San Manuel de Colohete.

2.3.1.4 Infrastructure hôtelière

On retrouve au sein de la *Mancomunidad* 15 hôtels offrant 215 chambres auxquelles il faudra ajouter neuf chambres en construction dans un établissement qui ouvrira à San Manuel

de Colohete. Gracias offre 13 hôtels et 185 chambres, et la Campa possède deux établissements totalisant 35 chambres. La municipalité de Bélen n'offre pas de service hôtelier. Les prix varient de 70 à 800 lempiras⁶ (soit de 3,7 à 42 USD) la nuitée. Le moyen de paiement le plus utilisé est l'argent comptant, toutefois certains établissements à Gracias acceptent désormais la carte de crédit.

2.3.1.5 Accessibilité

Les visiteurs arrivant à l'aéroport de San Pedro Sula peuvent rejoindre Gracias en empruntant des bus locaux. Le circuit pour s'y rendre peut sembler difficile. Il faut aller en taxi au terminal de bus appelé « Toyota » situé sur une artère principale de la ville face au concessionnaire d'automobiles du même nom. Le terminal de bus se présente sous la forme d'une aire de stationnement recyclée en gare routière. C'est de cet endroit que partent les bus sans escales pour Gracias. On peut aussi prendre un bus pour Santa Rosa de Copán où une correspondance sera nécessaire pour atteindre Gracias. Il faut compter environ cinq heures entre San Pedro et Gracias. Il est aussi possible de rallier Gracias au départ de la capitale, Tegucigalpa. Il faut prendre un bus en direction de La Esperanza et prendre la connexion pour Gracias. Le voyage dure environ 10 heures.

Les déplacements à l'intérieur de la *Colosuca* peuvent se faire par bus. Toutefois, il faut prendre en considération qu'un aller-retour dans la journée, au départ de Gracias, n'est pas possible pour les municipalités étudiées. Seule la ligne qui dessert Bélen permet un aller-retour dans la même journée. Les locaux préfèrent l'auto-stop pour se déplacer. Ce moyen de transport est le plus utilisé dans la zone. L'association des guides touristiques de la *Colosuca*, ou le Puma trail tours organisent des circuits sur mesure pour les visiteurs, qui comprennent les déplacements. Des motos taxi effectuent les déplacements à l'intérieur de Gracias et les environs. Il n'y a pas d'agence de location de voitures dans la *Colosuca*. Notons que le mauvais état des routes entre les municipalités de la *Colosuca* allonge la durée des

⁶ Au 12 octobre 2008, 1 USD = 19,03 HNL

déplacements. À titre d'exemple, il faut environ deux heures en voiture pour parcourir les 30 km qui séparent Gracias de San Manuel de Colohete.

2.3.1.6 Services publics

Gracias, la capitale du département Lempira et la plus grande ville de la *Colosuca*, offre divers services à ses habitants et à ses visiteurs. Elle possède un hôpital, un poste de police et une caserne de pompier. Le Comité de tourisme de la municipalité a mis en place un office du tourisme. On trouve aussi un centre de téléphone public ainsi que deux cybercafés, et une laverie. Il est possible d'échanger des dollars américains contre des lempiras à Gracias, mais il est impossible de faire un retrait d'argent.

2.3.1.7 Concurrence

Nous retrouvons des villes proches de la zone de Gracias, telles que Santa Rosa de Copán ou encore la Esperanza qui offrent des produits similaires. Ces deux villes sont aussi situées sur la *Ruta Lenca* et offrent une atmosphère coloniale. Dans les alentours de Santa Rosa de Copán, il est aussi possible de faire du *trekking*, des randonnées à cheval, des visites de plantations de café et même une visite des plants de tabac. D'autres villes telles que la Ceiba, Tela, Copán Ruinas ou encore Comayagua sont situées à proximité d'aéroports et sont donc plus accessibles. On retrouve à Copán Ruinas un site archéologique important, Comayagua est aussi très influencée par l'époque coloniale, et La Ceiba et Tela bénéficient d'une richesse naturelle. Il existe une compagnie de bus de luxe, Hedman Alas, qui relie la Ceiba, San Pedro Sula et Copán Ruinas de manière directe et rapide.

2.3.1.8 Clientèle

Selon le plan de *marketing* de la *Colosuca* réalisé par Gustavo Ustaritz, consultant en tourisme et ancien coordinateur du Projet « *Circuito turístico* » de la *Colosuca* (une équipe mise en place par l'IHT et la Coopération espagnole pour développer la destination), les visiteurs actuels sont classés comme suit : (i) les familles honduriennes et salvadoriennes, (ii) les universitaires nationaux et salvadoriens, (iii) les touristes en provenance des États-Unis et d'Europe par l'intermédiaires des tours opérateurs nationaux, (iv) les voyageurs indépendants des États-Unis et d'Europe. Selon l'étude, les visiteurs potentiels sont les touristes nord américains et européens par l'intermédiaire de tours opérateurs guatémaltèques, et les touristes dits « SAVE » (scientifique, académique, volontaire et éducatif)⁷.

2.3.2 Inventaire des Technologies de l'information et de la communication

Dans le chapitre I, nous avons spécifié que la gestion de l'information est devenue un enjeu stratégique dans l'industrie touristique. Les TIC et plus particulièrement l'Internet permettent de mettre en contact des entreprises entre elles (B2B) et de rejoindre directement les consommateurs de voyage (B2C). Les TIC sont donc des outils d'aide à la gestion et à la commercialisation des destinations. Ainsi, nous présenterons au sein de cette section les TIC que nous avons répertoriées dans la zone de Gracias.

⁷ En 2003, un groupe d'étudiants de l'université américaine George Washington a conçu le concept de tourisme SAVE. Il s'agit d'une stratégie qui intègre la demande du marché à une offre potentielle de quatre niches de marché (scientifique, académique, volontaire et éducatif). Site Internet de *Save Travel Alliance* : <http://www.save-travel.org>.

2.3.2.1 La téléphonie fixe et mobile

Le taux d'équipement dans la région pour la téléphonie fixe est limité. En effet, Hondutel offre seulement ses services à Gracias. Des particuliers et des entreprises possèdent une ligne de téléphone fixe. On compte à Gracias 1 647 lignes de téléphone fixe, avec 1 463 lignes résidentielles et 184 lignes commerciales. Concernant les prix, un résident doit payer 450 Lempiras (environ 21 USD) pour la ligne lors de l'inscription, puis 40 Lempiras (environ 2 USD) par mois. Précisons que le salaire minimum légal était de 162 USD par mois au Honduras en 2007 mais que le département Lempira, dans lequel se situe Gracias, est le plus touché par la pauvreté. Les commerces quant à eux paient 1150 Lempiras (environ 60 USD) lors de l'inscription pour activer la ligne, puis 100 Lempiras (environ 5 USD) par mois. On retrouve au sein des autres municipalités de la *Colosuca* un téléphone communautaire. Concernant la téléphonie mobile, l'opérateur Tigo connaît un franc succès dans les municipalités à l'étude étant donné qu'il propose un fonctionnement par carte prépayée. Cette méthode de paiement est flexible sur le plan budgétaire.

2.3.2.2 Internet et la gestion informatisée

Hondutel offre également un service d'accès à Internet à Gracias seulement. Ce fournisseur compte 42 abonnés à Gracias. Le coût pour le premier mois s'élève à 24\$, et s'ajuste par la suite à 12\$ par mois. Il n'y a pas de contrat à durée limitée. La connexion est lente et si les gens souhaitent avoir une connexion plus rapide, ils doivent s'informer auprès de la Commission nationale des télécommunications (CONATEL), qui se charge de la régulation des prix et de la coordination des télécommunications au Honduras.

Il est important de mentionner l'installation récente des Centres communautaires de connaissance et de communication (CCCC) au sein des municipalités de la *Colosuca*. Les villes de Gracias et la Campa disposent d'un CCCC fonctionnel tandis que ceux de Belén et San Manuel de Colohete sont inactifs à cause du manque d'intérêt de la population. Les gérants des CCCC de Gracias et la Campa tentent de maintenir l'intérêt des jeunes à travers

des formations en partenariat avec les écoles des municipalités. La majorité des hôtels à Gracias, contrairement aux autres prestataires de services touristiques, possèdent un ordinateur mais n'utilisent pas des logiciels de gestion. Seuls deux établissements (le Guancascos et la Posada Don Juan) présentent une gestion informatisée de l'occupation et ont développé un site Internet. Généralement, tous les hôtels de Gracias ont une ligne téléphonique fixe et mobile. Deux hôtels (la Posada Don Juan et le San Sebastian) offrent également des services de bureautique (impression, photocopies, scanner) et d'Internet. Précisons que le Projet « *Circuito turístico* » de la *Colosuca*, tient à sa disposition six ordinateurs et a accès à une connexion Internet. Prenons en considération que le climat et plus particulièrement les orages répétitifs durant la saison des pluies peuvent provoquer des coupures d'électricité, ce qui pourrait poser un problème en vue du développement d'un SGD. Les municipalités sont alors privées d'électricité, de téléphone et d'Internet. Le Tableau 2.3 ci-dessous nous offre un récapitulatif des TIC, ainsi que leurs tarifs, à Gracias.

Tableau 2.3

Récapitulatif de l'inventaire des TIC à Gracias en 2007

Téléphone	
Nombre de lignes téléphoniques fixes résidentielles	1 463
Nombre de lignes téléphoniques fixes commerciales	184
Nombre de lignes téléphoniques fixes totales	1 647
Internet	
Nombre d'abonnés	42
Prix en USD	
Frais d'inscription à la téléphonie fixe résidentielle	21
Abonnement mensuel à la téléphonie fixe commerciale	2
Frais d'inscription à la téléphonie fixe résidentielle	60
Abonnement mensuel à la téléphonie fixe commerciale	5
Abonnement mensuel à Internet lors du premier mois	24
Abonnement à Internet lors des mois suivants	12
Salaires mensuel minimum légal au Honduras (USD)	162

Source : entretien avec le chef départemental de Hondutel, Gracias, Lempira.

2.3.3 Présentation des acteurs

Dans le manuel du participant du programme *Train for trade* de l'initiative en e-tourisme de la CNUCED, on y indique qu'un Système de gestion de la destination est souvent le résultat d'un partenariat public-privé. Il est mentionné que sept groupes principaux d'acteurs doivent coopérer ensemble. Il s'agit des clients, des fournisseurs de services et produits touristiques, des transporteurs, des distributeurs et fabricants de vacances, du secteur public, des investisseurs privés et des fournisseurs de solutions technologiques. La coopération d'acteurs privé et public est nécessaire pour assurer l'implantation et le développement du SGD. C'est en collaborant ensemble que les acteurs pourront alors améliorer leur compétitivité sur le marché national et international. Souvent, les parties prenantes n'ont pas les mêmes intérêts ni les mêmes attentes envers un projet et c'est pour cette raison que l'intervention du secteur public est nécessaire pour assurer le juste milieu et éviter les querelles. L'objectif de cette section est de déceler les relations existantes entre les acteurs impliqués dans le développement touristique afin de déterminer si une éventuelle collaboration serait possible. Nous présenterons les acteurs principaux ainsi que les relations existantes entre eux.

2.3.3.1 Acteurs institutionnels

Au niveau institutionnel, les acteurs sont l'Institut hondurien du tourisme (IHT), l'Agence espagnole de la coopération internationale pour le développement (AECID), l'Unité technique intermunicipale (UT) et le Projet « *Circuito turístico* » ainsi que les Comités de tourisme municipaux de la *Mancomunidad Colosuca* (Figure 2.8).

L'organe gouvernemental officiel en charge du développement touristique national est l'Institut hondurien du tourisme (IHT). Il détermine une stratégie afin d'encadrer les initiatives locales. Le gouvernement hondurien a mené une stratégie de décentralisation du pouvoir. Celle-ci a donné naissance aux *Mancomunidades*, qui sont des associations de

municipalités localisées dans un environnement rapproché. En se regroupant, les municipalités souhaitent arborer conjointement les problèmes liés au développement local.

L'Unité technique intermunicipale de la *Mancomunidad Colosuca* et les Comités touristiques de ces différentes municipalités sont les principaux acteurs des projets touristiques locaux. En ce sens, ils sont les représentants de l'IHT au sein de la *Mancomunidad*. L'Unité technique intermunicipale est chargée de coordonner et de rendre opérationnelles les activités de développement de la *Mancomunidad Colosuca*. Chaque Comité touristique est présidé par le maire de la municipalité, et est composé de plusieurs acteurs de l'industrie touristique, de leaders de la communauté ainsi que de professeurs d'écoles. Afin d'appuyer le développement touristique de la *Colosuca*, l'une des zones les plus pauvres du pays, l'IHT et la Coopération espagnole (AECID) ont mis en place le Projet « *Circuito turístico* » (PCT) de la *Colosuca*. Les principaux objectifs de ce projet consistent à renforcer les capacités des acteurs locaux, à développer des produits touristiques (nature, culture, patrimoine), à réaliser la promotion de la destination, et à offrir du micro crédit aux personnes désirant ouvrir un hôtel ou un restaurant. Par ailleurs, ils ont aidé les municipalités à mettre en place les comités touristiques. Les personnes employées pour réaliser les activités du PCT ont pour rôle de coordonner la gestion de la destination. La figure 2.8 ci-dessous schématise les relations entre les intervenants institutionnels mentionnés précédemment.

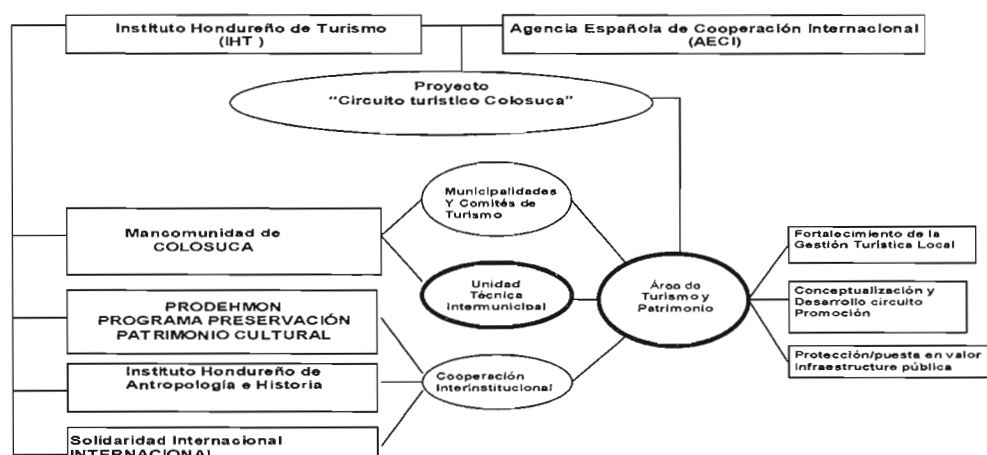


Figure 2.8 : Organisation administrative de la *Mancomunidad Colosuca* dans la Phase III du Projet « *Circuito turístico* » de l'AECID.

2.3.4 Acteurs privés

Au niveau privé, les acteurs concernés par le développement touristiques sont les propriétaires et gérants d'hôtels, de restaurants, et d'entreprises offrant des services touristiques telles que les *Aguas termales*, le Jardin Botanique, la *Casa Galeano*, Puma Trail Tours et une association de guides touristiques. Lors de notre séjour sur le terrain, à l'été 2007, nous avons constaté que les acteurs privés se réunissaient uniquement sous l'autorité institutionnelle, soit à travers les réunions du Projet « *Circuito turístico* » et des Comités de tourisme municipaux.

2.3.5 Autres acteurs

Nous identifions enfin une troisième catégorie qui regroupe des acteurs qui ne sont pas directement impliqués dans les projets de développement touristique mais qui pourraient être influencés par ces activités. Leur participation offrirait une valeur ajoutée aux projets de développement touristique et garantirait une implication d'une part plus importante de la communauté locale. Nous pensons ici aux micro-entreprises d'artisanat local, aux associations de femmes, aux coopératives d'agriculteurs ou aux fermes intégrales, qui sont des organisations dont les activités pourraient être intégrées aux circuits touristiques proposés aux visiteurs. Aussi, les Centres communautaires de connaissance et de communication ainsi qu'Hondutel, le fournisseur de téléphonie filaire et d'Internet, sont des spécialistes en communication qui pourraient participer à l'implantation de l'infrastructure technologique du SGD. Ces acteurs ont été approchés et se sont tous montrés intéressés à participer au développement touristique local. Cependant, ils ne sont jamais convoqués aux réunions regroupant les intervenants touristiques locaux, et ne sont donc pas consultés par le PCT.

2.4 ANALYSE

À travers les différentes réunions, nous avons demandé aux acteurs locaux présents (Église catholique, mairies, comité de développement communal, hôtels, restaurants, association des guides touristique, Unité technique intermunicipale, OCH-*Colosuca*, IHT, AECID) déceler leurs forces, leurs faiblesses, leurs menaces et leurs opportunités face à la perspective de mettre en place un SGD au sein de leur communauté. Nous avons donc utilisé la méthode SWOT afin d'évaluer les trois piliers dans la perspective d'implanter un SGD dans cette zone. Le tableau 2.4 qui suit nous permet de présenter les résultats de cette consultation. Nous y trouverons la place qu'occupe chacun des trois piliers de l'implantation d'un SGD au regard des membres des populations locales.

Les acteurs consultés considèrent que les deux premiers piliers de l'implantation d'un SGD, à savoir le potentiel touristique local et l'accessibilité aux TIC ne poseraient pas de problèmes majeurs. En revanche, la relation entre les acteurs et leur coopération est un enjeu considérable dans la mesure où il constitue à leurs yeux principalement une faiblesse ou une menace. Cet exercice leur a permis de dire ce qu'ils pensent sur la collaboration et qu'ils sont conscients qu'il s'agit d'un frein au développement.

Tableau 2.4

Résultats de l'analyse SWOT de l'implantation d'un SGD dans la zone de Gracias

	POTENTIEL TOURISTIQUE	ACCES AUX TIC	COLLAB. DES ACTEURS
FORCES	<ul style="list-style-type: none"> • Culture, nature, patrimoine, histoire • Personnes formées en développement local, en tourisme, en marketing, en environnement • Cours d'anglais (La Campa, Gracias) • Les hôtels et restaurants ont la certification de qualité de l'IHT • Vision d'un tourisme durable pour certains acteurs locaux (geotourisme, tourisme rural) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les hôtels possèdent l'infrastructure technologique de base (téléphone, ordinateur et certains ont Internet) • CCCC fonctionnels (Gracias et La Campa) 	
FAIBLESSES	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de gens parlent d'autres langues (Bélen, San Manuel de Colohete) • L'accès aux municipalités est difficile (mauvais état des routes, fréquence des bus) • La mairie de la Campa n'appuie pas les projets touristiques (développement du sport et de la production de graines à la place) • Comité de tourisme récent et non fonctionnel • Offre touristique non organisée (en dépit des efforts du projet touristique de la <i>Colosuca</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les gens ne connaissent pas l'utilité d'Internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Conformisme, individualisme des acteurs • Pas de collaboration entre les acteurs, ils se voient comme des compétiteurs • Manque de motivation • Manque de communication et de transparence (certains ne sont pas prévenus des réunions d'acteurs, ex : les petits hôtels et petits restaurants) • Il n'y a pas une vision d'avenir
OPPORTUNITES	<ul style="list-style-type: none"> • Formations pour les professionnels (guides touristiques) • Faire perdurer la culture (vision de tourisme durable) • Appuie d'institutions (AECID, JICA) • Le développement de micros entreprises • Le développement du micro crédit • Tourisme : source de retombées économiques 	<ul style="list-style-type: none"> • CCCC en bonne condition (San Manuel de Colohete et Belén) 	<ul style="list-style-type: none"> • Création de la Chambre de tourisme : opportunité de s'organiser
MENACES	<ul style="list-style-type: none"> • Le changement de parti politique implique le changement des membres du comité touristique : pas de continuité dans les projets 		<ul style="list-style-type: none"> • Instabilité organisationnelle : manque de constance dans l'implication des acteurs.

Nous allons donc analyser les trois piliers essentiels à l'implantation d'un SGD dans la zone de Gracias, en insistant davantage sur la collaboration entre les acteurs qui se révèle être le pilier le plus problématique.

2.4.1 Analyse du potentiel touristique

La zone de Gracias offre à la fois des attraits naturels, culturels et patrimoniaux, trois produits sur lesquels se positionne le Projet « *Circuito turístico* ». Pourtant, peu d'information sur ces attraits sont disponibles à l'office de tourisme. Il est possible de se loger et de se restaurer à Gracias, à La Campa et à San Manuel de Colohete mais pas à Bélen, ce qui pourrait être un frein à la visite de cette municipalité. L'accessibilité en transport en commun des aéroports du pays vers la zone de Gracias est difficile, tout comme les déplacements entre les municipalités de la zone. En terme d'infrastructures de services, Gracias est bien équipée (hôpital, caserne de pompier, poste de police, téléphone public, cybercafés, laverie, banques, office de tourisme) contrairement aux autres municipalités, même si le service en anglais n'est pas disponible. Aussi, les banques ne permettent pas de faire de retraits d'argent, et ce même à Gracias, une particularité qui peut compliquer le séjour des visiteurs. L'offre touristique semble donc intéressante, pourtant, la difficulté d'accessibilité à la zone de Gracias lui fait perdre des points par rapport aux destinations concurrentes. En effet, les touristes pourraient préférer des villes alentours plus accessibles qui offrent des produits similaires. Les villes desservies par la ligne privé de bus Hedman Alas ont un net avantage en terme d'accessibilité car elle est plus sécuritaire et surtout plus rapide que les lignes de bus régulières.

La zone de Gracias présente un potentiel touristique qui ne constituerait pas un obstacle dans l'implantation du SGD. En effet, cette zone dispose d'attraits touristiques culturels, naturels et patrimoniaux susceptibles de séduire les visiteurs en provenance du Honduras, du Salvador, des États-Unis et d'Europe. Ce potentiel pourrait toutefois être davantage exploité en améliorant l'accessibilité à la zone, la circulation à l'intérieur de celle-

ci, la distribution de l'information aux visiteurs, mais aussi en organisant davantage les produits touristiques.

2.4.2 Analyse de l'accessibilité aux Technologies de l'information et de la communication

Longtemps détenteur d'un monopole national, Hondutel est le principal fournisseur pour la téléphonie fixe à Gracias. En dépit d'une ouverture du marché à la concurrence en 2005, le marché reste très concentré et le tarif des services diminue lentement. Compte tenu du fait que Gracias est situé dans le département le plus pauvre du Honduras, les prix restent élevés pour une population qui atteint un taux d'extrême pauvreté d'environ 72% en 2001, et qui ne gagne pas plus de 2 USD par mois. Le marché de la téléphonie mobile est plus concurrentiel et permet alors à la population de bénéficier de prix plus abordables. Le fournisseur Tigo a la particularité de desservir toutes les régions et même les plus reculées.

Peu d'intervenants touristiques utilisent des ordinateurs dans la gestion quotidienne de leurs activités, et Internet dans la gestion de la promotion ou encore des réservations. Cependant, ce n'est pas faute d'accès à la technologie mais peut-être à un manque de formation ou d'intérêt. Les Centres communautaires de connaissance et de communication (CCCC) ont été mis en place pour offrir l'accès à Internet à la population, et assurer la formation dans l'utilisation des TIC. Dans les municipalités où ils sont fonctionnels (Gracias et La Campa), les CCCC pourraient donc palier au manque de formation et d'intérêt dont souffrent les intervenants touristiques face à l'utilisation des TIC. Rappelons que le réseau de téléphonie et d'Internet d'Hondutel couvre seulement Gracias dans la zone étudiée. Ce qui signifie que le CCCC constitue le seul moyen d'accéder à Internet dans les municipalités de Bélen, La Campa et San Manuel de Colohete. Dans ces municipalités, seule la collaboration avec le CCCC permettrait aux intervenants touristiques de mettre leurs informations en ligne.

Bien que la zone de Gracias soit touchée par la pauvreté, elle possède des infrastructures technologiques fiables sauf en cas d'intempéries majeures. La majorité des habitants n'ont pas les moyens d'accéder aux technologies à domicile, mais Gracias et la

Campa possèdent des points d'accès collectifs aux technologies (téléphone et Internet). Pour leur part, les hôtels de la zone ne gèrent pas leurs activités par l'utilisation des TIC, excepté les hôtels Guancascos et Posada Don Juan situés à Gracias. Ce pilier ne pose pas un problème majeur à l'implantation du SGD dans la mesure où il y a un accès aux TIC.

2.4.3 Analyse de la collaboration entre les acteurs

2.4.3.1 Éléments justificatifs du manque de collaboration

À travers les réunions et entrevues menées lors de l'étude sur le terrain (app. D), nous avons pris le pouls de la vision qu'ont les acteurs privés locaux (hôteliers, restaurateurs, guides touristiques et autres entrepreneurs offrant des services touristiques) sur la façon dont les acteurs institutionnels (le Projet « *Circuito turístico* » et les Comités touristiques) coordonnent le développement touristique. Nous avons noté des oppositions entre les acteurs institutionnels et privés, mais aussi entre les acteurs privés eux-mêmes. Nous avons essayé de faire ressortir les éléments justificatifs du manque d'implication et de collaboration entre les acteurs. Ci-dessous une liste non exhaustive des critiques récurrentes soulevées par les acteurs privés :

- Lors des réunions du Projet « *Circuito turístico* » (PCT), on ne tient pas compte de l'avis des acteurs privés.
- Répétition trop fréquente des réunions et manque de temps pour les propriétaires gestionnaires des établissements touristiques.
- État d'esprit individualiste des acteurs privés.
- Un esprit de compétition omniprésent chez les acteurs privés.
- Le PCT est éphémère et prendra fin en 2010.
- Le PCT est coordonné par des « étrangers » qui imposent leur vision aux acteurs privés.
- Les cotisations versées au PCT créent un fossé entre des attentes très élevées et des résultats qui tardent à arriver.
- Les acteurs privés ne comprennent pas toujours les priorités du personnel du PCT et la pertinence des projets menés par le PCT (exemple : pourquoi améliorer la qualité et la propreté des hôtels alors que les rues sont poussiéreuses et que l'accès routier aux municipalités est en mauvais état ?).

- Un manque de communication: certains intervenants ne sont pas conviés aux réunions (erreur ou stratégie pour que certaines personnes donnent leurs avis et pas d'autres).

Les réunions et entrevues menées sur le terrain ainsi que les critiques récurrentes adressées par les acteurs privés locaux vis-à-vis de la façon dont est coordonné le développement touristique par les acteurs institutionnels, nous ont permis de déceler trois obstacles majeurs à la collaboration.

2.4.3.2 Les trois obstacles majeurs à la collaboration entre les acteurs

Le premier obstacle réside dans l'état d'esprit individualiste des acteurs privés, le deuxième obstacle est lié à la dépendance politique des Comités touristiques locaux, et le troisième obstacle concerne le manque de concertation des acteurs privés de la part du personnel du PCT.

Lors des entrevues et réunions menées sur le terrain, les acteurs privés se sont eux-mêmes décrits comme des gestionnaires individualistes. Les hôteliers, restaurateurs, guides et entrepreneurs de services touristiques sont conscients que leur priorité est leur réussite personnelle et le succès de leur entreprise. Ils estiment qu'ils n'ont pas un goût prononcé pour une implication quelconque dans une entité collective sauf s'ils peuvent avoir la garantie que cette implication leur apportera un bénéfice personnel.

Les Comités de tourisme municipaux sont les entités qui ont été mises en place, par la *mancomunidad Colosuca* avec l'aide du PCT, pour stimuler l'implication et la concertation des acteurs privés dans le processus décisionnel lié au développement touristique. Or, nous avons mentionné précédemment que ces Comités de tourisme sont présidés par les maires des municipalités, ce qui les rend très dépendant des affaires politiques. Les projets des Comités de tourisme souffrent d'un manque de continuité liée à l'alternance des partis politiques au pouvoir. À titre d'exemple, citons le cas de la municipalité de La Campa qui a vu son Comité de tourisme disparaître durant le mandat d'un maire qui attache plus d'importance au sport et

à la culture des graines. Par conséquent, les Comités de tourisme perdent de la crédibilité aux yeux des acteurs privés et ne sont pas perçus comme des entités fonctionnelles et efficaces.

Le PCT a été mis en place par l'IHT pour développer des projets touristiques collectifs, pour renforcer les capacités des acteurs locaux, pour promouvoir l'offre touristique et pour développer l'infrastructure de base dans les municipalités en aidant à la création des Comités de tourisme municipaux. Étant donné que les Comités de tourisme ne peuvent pas exécuter leur mission, le PCT prend les activités en main afin de développer des projets touristiques locaux. Notons que le PCT est la seule entité à avoir des employés à temps plein dédiés au tourisme. Il semble toutefois qu'il se soit détaché de sa vision de départ dans le sens où la concertation avec la population locale et les acteurs privés n'a pas lieu. Selon le plan stratégique de départ, le PCT devait initier des projets respectant les principes du géotourisme et faisant l'unanimité auprès des intervenants locaux. Des acteurs privés s'accordent à dire que les actions mises en place par le PCT sont décidées unilatéralement et ne tiennent pas compte de leurs préoccupations. Ils sont pourtant conscients que le PCT est une bonne initiative dans la mesure où il souhaite développer l'activité touristique et faire de la promotion de la destination. Toutefois, ils aimeraient que les projets soient davantage guidés par leurs propres préoccupations. Ils savent aussi que le PCT s'achèvera en 2010 et qu'il faut donc mettre sur pied une entité capable d'assurer les projets du PCT.

Nous venons de présenter les trois obstacles à la collaboration entre les acteurs. Même si ces obstacles sont majeurs, la collaboration n'est pas impossible. Pour l'instant le PCT semble être l'acteur institutionnel le plus efficace pour coordonner le développement de la destination. Toutefois, les acteurs privés ont perdu confiance dans la collaboration à travers l'expérience des Comités de tourisme. Nous estimons qu'il faut repérer des acteurs clés capables de stimuler à nouveau la collaboration et l'implication des acteurs dans les projets touristiques afin de rendre possible l'implantation du SGD.

2.4.3.3 Acteurs clés de la réussite du projet d'implantation du SGD

Lors de l'étude menée sur le terrain, huit acteurs locaux se sont démarqués par leur vision du tourisme et l'influence qu'ils peuvent avoir sur l'ensemble de la communauté. Partageant une vision de géotourisme, ils semblent avoir une influence suffisante pour initier ce changement du processus décisionnel impliquant les projets touristiques locaux. Ces huit acteurs clés sont déterminés à prendre les rennes de leur propre développement et sont convaincus que les projets touristiques locaux doivent être initiés par un consensus collectif émanant de l'ensemble des intervenants touristiques et des autres acteurs pouvant être impliqués. Ils estiment qu'une telle réorientation de la gouvernance locale leur permettrait de réduire leur dépendance vis-à-vis de l'alternance politique locale. Selon eux, l'implantation d'un SGD est possible à condition qu'elle soit réalisée en étroite collaboration avec les intervenants touristiques locaux. Notons qu'ils ne sont pas uniquement des acteurs liés directement à l'industrie du tourisme. Ci-dessous, dans la figure 2.9, nous avons donc positionné ces huit acteurs sur une carte de positionnement en fonction de leur niveau d'influence dans la gouvernance locale (axe des abscisses), et du degré de rapprochement entre leur vision du tourisme et la vision de géotourisme du *National Geographic* (axe des ordonnées).

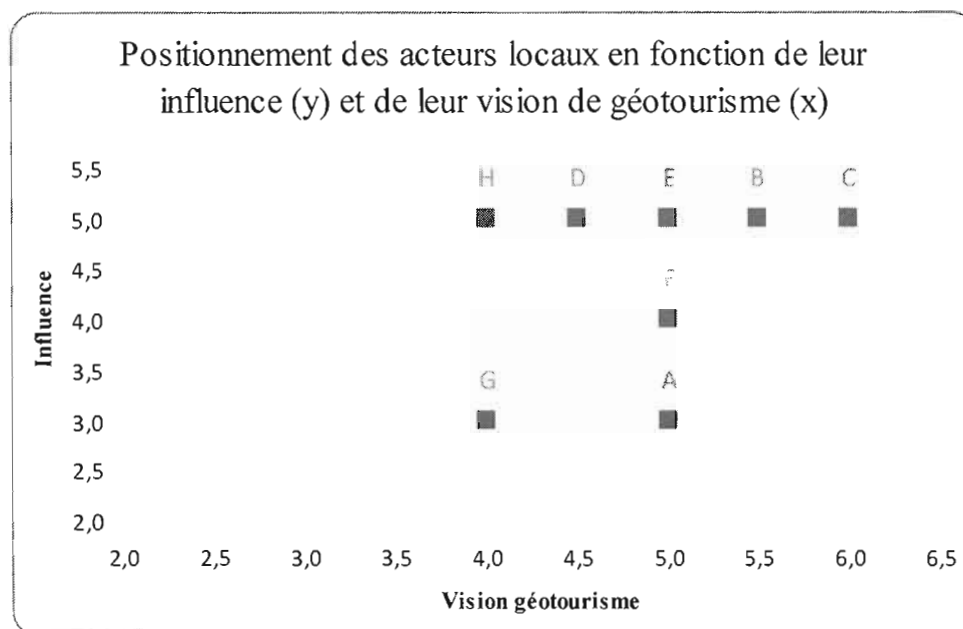


Figure 2.9 : Positionnement des acteurs clés (6 étant le niveau d'influence le plus élevé sur l'axe des abscisses, et le degré de rapprochement le plus important par rapport à la vision de géotourisme du *National Geographic* sur l'axe des ordonnées).

Gérante de la Posada Don Juan à Gracias

Propriétaire et gérante de Hotel y Restaurante Guancascos à Gracias

Propriétaire et gérante de Rinconcito Graciano à Gracias

COCABEL à Bélen

Propriétaire et gérante de Hotel Vista Hermosa à la Campa

Propriétaire et gérante de Alfareria à la Campa

Administrateur du CCCC à la Campa

Propriétaire et gérant de Hotel Emmanuel de San Manuel de Colohete

Il est intéressant de noter la présence de six femmes au sein de nos huit acteurs clés. Leur forte représentation donne du poids au projet dans la mesure où cet élément est

déterminant dans le développement local. Voici les raisons pour lesquelles ces huit acteurs se sont démarqués :

- La propriétaire du restaurant Rinconcito Graciano à Gracias. Native du village et très impliquée dans la communauté, elle s'assure de s'approvisionner auprès des producteurs locaux et n'hésite pas à promouvoir l'artisanat local au sein de son établissement. Elle parvient donc à transmettre les retombées économiques générées par son commerce à l'ensemble de la communauté. Le modèle d'affaire de son restaurant est cité comme exemple de Géotourisme au Honduras sur le site Internet du *National Geographic*⁸.
- La professeure retraitée des écoles de La Campa et propriétaire de l'hôtel Vista Hermosa à La Campa, n'a pas hésité à mettre en place un Comité de tourisme indépendant soutenu par la Coopérative agroforestière suite à l'abandon du Comité de tourisme original par le maire du village.
- L'administrateur du CCCC de La Campa, s'est montré très intéressé à soutenir un projet touristique. Il a indiqué que le CCCC n'était pas lié financièrement à la mairie ce qui montre que le CCCC est indépendant de l'alternance politique.
- La propriétaire de la *Alfareria* à La Campa, ainsi que sa fille, détentrice d'une maîtrise en développement touristique, avaient pour idée de mettre en place une maison d'apprentissage de poterie. Celle-ci offrirait une vitrine de la culture locale auprès des visiteurs et pourrait inciter les jeunes locaux à perpétuer la tradition. Le projet qui devait se faire en partenariat avec la *Colосуca* n'a pas été réalisé car le maire de La Campa s'est retiré de la *mancomunidad Colосуca*. Ainsi, elles attendent le prochain mandat pour voir si le maire élu décidera de refaire parti de la *Colосуca*, et dans ce cas, elles pourront développer leur projet.

⁸ Site Internet du *National Geographic* :

www.nationalgeographic.com/traveler/extras/geotourism/honduras.html

- COCABEL, la coopérative de café de Belén est une activité agricole locale qui pourrait être un attrait pour les visiteurs. Ils ont su s'organiser en coopérative ce qui démontre une démarche participative. De plus, le processus de certification *Rainforest* montre leur conscience environnementale. Ils ont une connexion Internet et sont intéressés à participer au projet et à recevoir des touristes.
- La gérante de l'hôtel Posada Don Juan, a fait ressortir le manque d'unité entre les acteurs et le manque d'organisation de l'activité touristique. Elle fait partie du Comité de tourisme de Gracias et s'implique dans le développement touristique de la zone. Selon Lizeth Perdomo, elle partagerait aussi une vision durable du tourisme.
- La gérante et propriétaire de l'hôtel et restaurant Guancascos, emploie 12 personnes provenant de Gracias et des environs. Elle a ouvert l'école élémentaire bilingue « Villa Verde » qui informe les écoliers sur l'héritage culturel et naturel de la zone mais aussi de l'Amérique Centrale, et qui les sensibilise aux enjeux environnementaux. Elle a une vision durable du développement et soutient les projets qui bénéficient à la fois aux touristes mais aussi aux locaux dans leur vie de tous les jours (exemple : amélioration de l'infrastructure routière).
- Le propriétaire de l'Hôtel Emmanuel à San Manuel Colohete, montre son implication et sa volonté à participer au débat collectif à travers sa présence régulière aux différentes réunions organisées soit par le PCT soit par le Comité de tourisme. Il trouve l'idée d'implanter un SGD intéressante mais souligne la nécessité d'une aide, d'un appui.

Ce sont ces personnalités déterminées à faire participer tout le monde au processus de développement touristique qui pourront contribuer à la mise en place du SGD en s'alliant à d'autres acteurs publics et privés. La figure 2.10 représente la cartographie des différents acteurs qui pourraient être impliqués dans le projet fictif de la mise en place d'un SGD dans la zone de Gracias au Honduras.

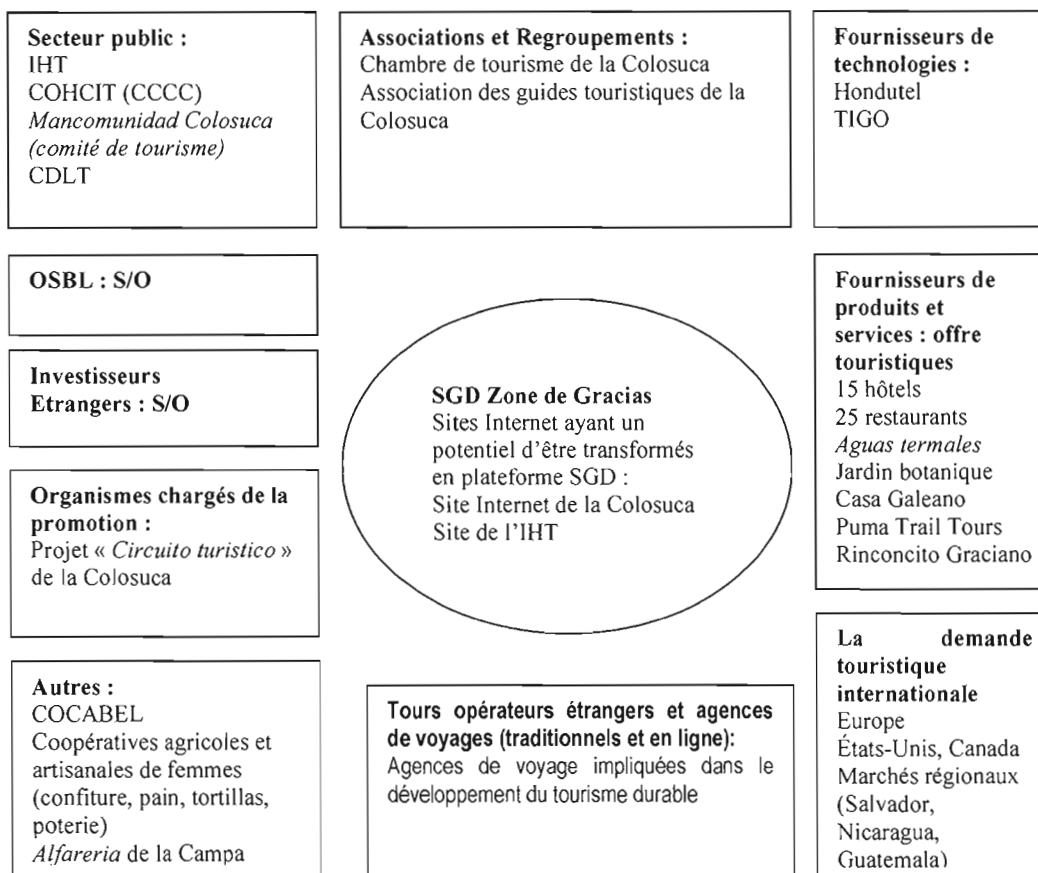


Figure 2.10 : Les détenteurs d'enjeux pour la mise en place d'un projet de SGD dans la zone de Gracías (selon le modèle de Buhalis, 2003)

Notons pour conclure cette section, qu'à la fin du mois de juillet 2007, une dizaine d'acteurs réunis à Gracías ont suivi les premières démarches pour la création d'une Chambre de tourisme. Parmi eux se trouvaient des membres de notre liste d'acteurs clés. Ce projet pourrait déboucher sur la naissance d'une structure indépendante de toute influence politique chargée de développer le tourisme local. De son côté le PCT, en décembre 2008, a mis en ligne un site Internet de type informationnel et non transactionnel (www.colosuca.com). On y retrouve une description des attraits naturels, culturels et patrimoniaux, mais aussi une liste des intervenants touristiques avec leurs coordonnées. Afin de faciliter la recherche d'information, il y a un index du site, une foire aux questions et une rubrique Contactez-nous

qui permet de remplir en ligne un formulaire de demande d'information. Aussi, le site Internet est disponible en espagnol et en anglais. Il est possible d'envoyer des cartes postales à partir du site et de souscrire au bulletin d'information. Enfin, des astuces de voyages sont proposées, et 10 raisons de visiter la région sont présentées.

On constate alors que la compétence technique et l'infrastructure technologique requise pour l'implantation d'un SGD existent dans la zone. Mais le fait que le développement de ce site Internet n'ait pas été fait en collaboration avec les acteurs privés locaux pose problème. Si la Chambre de tourisme obtient un pouvoir décisionnel dans le développement des projets, la compétence technique et la collaboration seront réunies. Alors, les conditions seront plus favorables à l'implantation d'un SGD.

2.5 RECOMMANDATIONS

Après avoir présenté les résultats et procédé à l'analyse des trois piliers essentiels à l'implantation d'un SGD, nous allons dans cette section émettre des recommandations visant à favoriser l'implantation d'un SGD.

2.5.1 Potentiel touristique

À l'intérieur de la zone de Gracias, l'amélioration de l'infrastructure routière favoriserait l'exploitation du potentiel touristique. Elle permettrait de réduire la vulnérabilité des visiteurs face aux intempéries. Le remplacement des chemins de terre par des routes asphaltées entre les municipalités constitue une priorité aux yeux des intervenants. Aussi, il serait nécessaire d'améliorer l'accessibilité de la zone depuis les principaux aéroports du pays en offrant aux visiteurs des lignes de bus plus régulières assurées par un équipement de qualité.

La transmission de l'information sur les activités touristiques est aussi un point à améliorer. Il faut rendre l'Office de tourisme de Gracias plus fonctionnel et lui donner un rôle visant à centraliser l'information afin que les visiteurs puissent prendre connaissance facilement des activités qui s'offrent à eux. Lors de l'été 2007, l'Office de tourisme ne fournissait pas d'information concrète sur les activités à faire, et il était même recommandé de s'adresser à la propriétaire de l'Hôtel Guancascos pour accéder à ce type d'information. Ce manque d'organisation oblige le touriste à multiplier les recherches pour accéder à l'information souhaitée. Depuis décembre 2008, le PCT a mis en ligne un site Internet répertoriant l'information touristique de la zone C'est ce niveau de centralisation de l'information qu'il faudrait retrouver au sein même de l'Office de tourisme. Par ailleurs, le référencement de ce site Internet devrait être développé afin de rendre le site plus visible et accessible sur le web.

Il serait intéressant d'organiser des mini circuits à l'intérieur de la zone qui comprendraient le transport (aller-retour) du visiteur sur le lieu de l'activité, la réalisation de l'activité, la restauration et le logement lorsque nécessaire. La conception de ce type de circuit nécessitera la collaboration entre les guides, hôteliers, restaurateurs et gestionnaires d'activités. Ces circuits pourraient inclure des activités liées aux productions locales et générant des retombées pour l'ensemble de la population, telles que : réaliser ses propres poteries traditionnelles à l'aide d'une experte locale, sillonner des champs de café à cheval et visiter des coopératives de café, visiter une ferme intégrale et goûter aux produits de saison, visiter des coopératives de femmes travaillant les tortillas, les confitures ou encore le pain.

À Belén, seule municipalité de la zone étudiée ne possédant pas d'infrastructure hôtelière, la mairie pourrait soutenir l'installation et la gestion d'un hôtel communautaire, dont les bénéfices seraient investis dans les projets municipaux.

2.5.2 Technologies de l'information et de la communication

La présence des CCCC et des employés formés dans l'utilisation des TIC constitue une opportunité pour la zone étudiée d'intégrer les TIC dans la gestion du tourisme. La priorité

serait de remettre en fonction les CCCC de Bélen et San Manuel de Colohete afin d'offrir l'accès aux TIC à la population locale et aux intervenants touristiques. Par la suite, les CCCC de chaque municipalité pourraient se charger de collecter des informations sur chaque intervenant touristique. Ils transmettraient ensuite les données au CCCC de Gracias qui, en collaboration avec le PCT, l'Office de tourisme et la Chambre de tourisme, pourrait ensuite procéder à la mise en ligne de ces données. Les CCCC municipaux pourraient aussi offrir des formations sur l'utilisation des logiciels de bureaux de base aux professionnels du tourisme afin de leur permettre d'informatiser leur gestion.

Les deux responsables des CCCC rencontrés à Gracias et à La Campa se sont montrés intéressés à collaborer dans la mise en place d'un SGD. Toutefois, le site Internet de la *Colosuca* qui vient d'être mis en ligne par le PCT n'a pas impliqué de collaboration avec les CCCC. Pourtant, nous savons que le PCT est temporaire, par conséquent, il faudra trouver une entité permanente en charge de la mise à jour et du maintien de ce site Internet. Le CCCC de Gracias pourrait trouver sa place au sein de cette entité.

2.5.3 Collaboration des acteurs

Nous observons un manque de concertation qui n'incite pas les populations locales à s'investir dans le développement touristique. S'il n'y a pas de concertation, les projets alors mis en place ne correspondront pas forcément aux valeurs des populations locales. Il est nécessaire que les habitants de la zone donnent leurs avis sur la façon dont ils souhaitent mettre en valeur leur environnement. Ainsi, les projets de développement touristique pourront être en harmonie avec la culture, l'histoire et les traditions locales. Une telle orientation du processus décisionnel pourrait accroître l'implication des locaux dans la réussite des projets touristiques et dresser les bases d'une gouvernance participative. C'est aussi une voie possible pour doter la destination d'une image et d'une expérience unique à l'heure où les touristes internationaux semblent fuir le tourisme de masse au bénéfice d'un tourisme plus authentique et respectueux des populations locales. Il est important d'ajouter que ce ne sont pas seulement les acteurs touristiques qui doivent s'impliquer dans la prise de décision, mais

c'est aussi l'ensemble de la communauté locale. Le tourisme en tant qu'outil de développement économique ne doit pas uniquement bénéficier aux acteurs directement impliqués dans l'industrie touristique. La participation de la population dans la prise de décision va faire en sorte que l'activité touristique sera organisée de façon à ce que les retombées se distribuent équitablement à travers un maximum de membres de la société (Guerrero-Lozano, 2007). De plus, en impliquant l'ensemble de la population dans la mise en place du SGD, celui-ci aura plus de chance de projeter une image de la zone en harmonie avec la vision de la population locale. La participation locale dans ce projet d'implantation augmentera ses chances de succès, car l'ensemble de la population le soutiendra davantage pour faire de la zone de Gracias une destination.

Il semble donc nécessaire que les acteurs locaux de l'industrie touristique prennent les rênes de leur propre développement en initiant un regroupement qui pourrait se matérialiser par la création d'une structure chargée de prioriser des projets qui répondent aux valeurs de la communauté et qui lui garantiront des retombées économiques durables. Cette structure pourra ainsi s'établir dans la continuité du PCT mais se démarquera par une concertation supérieure des populations. La Chambre de tourisme constitue une initiative intéressante pour y parvenir, mais ses membres devraient développer un plan d'action concret en y intégrant une participation de l'ensemble des acteurs locaux incluant d'autres intervenants tels que les associations de femmes, les agriculteurs, les coopératives de café, d'artisanats.

CONCLUSION

L'objectif de ce mémoire était d'évaluer la faisabilité d'implanter un SGD respectant les principes du géotourisme dans un territoire rural et atteint par une pauvreté considérable. Le Manuel du participant du programme *Train for Trade* de la CNUCED nous a incité à analyser principalement trois éléments préalables pour le succès d'un tel projet. Ces éléments sont le potentiel touristique du territoire étudié, son infrastructure technologique, et l'interaction entre les acteurs locaux pouvant être impliqués dans le développement touristique. Le séjour de six semaines dans la *Mancomunidad Colosuca* nous a permis d'évaluer ces trois piliers.

Nous avons participé à de multiples rencontres rendues possibles grâce au réseau de contacts des correspondants du projet UQAM-UNITEC localisés à Tegucigalpa. Bénéficiant d'un effet d'entraînement, nous avons pu nous entretenir avec des acteurs clés du développement touristique de la *Mancomunidad Colosuca*. Nous les avons consultés sur leur vision des trois piliers essentiels à la mise en place d'un SGD dans la zone de Gracias, à savoir, le potentiel touristique, l'accessibilité aux TIC, et la collaboration entre les acteurs. Nous pensions au départ que l'accessibilité au TIC s'avèrerait le pilier le plus problématique, mais c'est en fait un problème organisationnel qui est apparu comme l'enjeu clé. En effet, les difficultés de coopération entre les acteurs et l'absence d'une vision commune sur le développement touristique local sont des points sur lesquels il faut absolument se pencher pour rendre faisable l'implantation du SGD respectant les principes du géotourisme. Il existe certes un potentiel d'offre touristique dans la zone de Gracias cependant notons que l'offre manque encore de structure, d'organisation et de promotion.

Nous avons jugé pertinent de réaliser une analyse plus poussée du comportement des acteurs locaux. Le but était ici de repérer ceux qui avaient le plus d'influence, de formation, de leadership, et qui partageaient une idée communautaire du développement touristique. En

d'autres termes, nous avons essayé de déceler les acteurs dynamiques qui croient que le développement touristique doit nécessairement bénéficier à un maximum de personnes dans la communauté afin qu'il contribue au développement local. Il fallait stimuler la responsabilité des locaux afin que ceux-ci prennent les rênes de leur propre développement en créant une entité de coopération indépendante des instances politiques locales qui aurait pour mission d'assurer la gestion de la destination en priorisant des projets bénéficiant à toute la communauté. Il est intéressant de noter que la fin du séjour sur le terrain a été marquée par une rencontre entre les acteurs locaux pour définir les bases de la création d'une Chambre de tourisme de la *Mancomunidad Colosuca*. Si cette entité voit le jour, il sera important d'observer la direction qu'elle prendra afin d'évaluer son implication potentielle dans l'implantation d'un SGD qui véhiculera les valeurs du *géotourisme*.

Cette étude exploratoire a soulevé un certains nombres d'interrogations : L'accessibilité aux TIC ne semble pas poser de problèmes en termes d'accès à l'infrastructure en tant que telle, mais qu'en est-il en termes de coûts? Les différents intervenants seront-ils prêts à déboursier un montant supplémentaire annuel? L'implantation d'un SGD dans la zone de Gracias peut-elle être possible si les acteurs collaborent davantage et se mettent d'accord sur une vision commune du développement du tourisme?

APPENDICE A

LA CONTRIBUTION DU TOURISME À LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ ET LES
RECOMMANDATIONS DE L'OMT AUX PARTIES PRENANTES

D'après la publication informative de l'OMT intitulée « Le tourisme peut contribuer à la réduction de la pauvreté » disponible dans la rubrique publications du programme STEP du site Internet de l'OMT, visité le 22/02/09 :

http://www.unwto.org/step/pub/fr/pdf/poverty_all.pdf

Pourquoi le tourisme peut-il être un instrument efficace de lutte contre la pauvreté dans les pays en développement ?

- Le tourisme est consommé sur le lieu de production ;
- Le tourisme est un secteur plus diversifié que bon nombre d'autres ;
- Le tourisme nécessite une main-d'œuvre nombreuse ;
- Le tourisme offre des occasions de création de nombreuses petites ou micro-entreprises ;
- Les infrastructures requises pour le tourisme peuvent également bénéficier aux communautés pauvres ;
- La plupart des pays en développement ont un avantage comparatif en matière de tourisme ;
- Le tourisme non seulement procure aux pauvres des avantages matériels mais favorise aussi en eux un sentiment de fierté culturelle ;
- Le tourisme acquiert une importance grandissante dans l'économie des pays pauvres. En 2005, le tourisme international à destination des pays en développement représentait plus de 200 milliards de dollars des États-Unis de rentrées de devises, somme énorme pour ces économies et quatre fois supérieure aux rentrées de 1990.
- Les arrivées de touristes internationaux augmentent beaucoup plus vite dans les pays en développement que dans les pays développés.

Les organismes d'aide au développement, bilatéraux et autres

ont une influence considérable sur les politiques des gouvernements. Aussi peuvent-ils demander à ces derniers la mise en place de mesures spéciales pour s'attaquer à la pauvreté par le développement du tourisme. Les organismes bilatéraux et internationaux devraient :

- reconnaître la force économique du tourisme dans la lutte contre la pauvreté et encourager son incorporation comme secteur clé dans les DSRP en soutenant le tourisme comme facteur de développement durable ;
- faire de la formulation de politiques touristiques abordant les problèmes de pauvreté une condition de leur soutien financier ;
- s'engager dans la Fondation ST-EP comme membres à part entière, y assumer un rôle important dans l'élaboration de ses grandes orientations et de ses décisions et financer des projets ST-EP ;
- fournir leur assistance technique et leur appui financier pour des initiatives touristiques spécifiques qui s'attaquent à la pauvreté, l'idéal étant qu'ils le fassent en coordination et en coopération avec le programme et la Fondation ST-EP, et
- partager leurs connaissances et leurs expériences dans le domaine de la réduction de la pauvreté par le tourisme.

Les gouvernements nationaux et les administrations locales

sont souvent en mesure d'influer sur l'emplacement et la nature d'un nouvel aménagement touristique et il faudrait qu'en exerçant cette influence, ils veillent à l'intérêt des communautés pauvres.

Ces gouvernements et administrations devraient :

- faire figurer le tourisme dans les stratégies et dans les programmes d'action en matière de réduction de la pauvreté et vice versa ;
- avoir recours à des mesures de réglementation de l'aménagement, à des incitations et aux relations contractuelles avec le secteur privé pour favoriser les formes durables de tourisme qui profitent directement aux pauvres ;
- modifier la législation pour que les communautés pauvres puissent mieux bénéficier du tourisme;
- fournir leur assistance aux micro, petites et moyennes entreprises (MPME), dont les entreprises communautaires, dans le secteur du tourisme ;
- adopter des principes directeurs et des normes qui encouragent les actions des entreprises touristiques visant à réduire la pauvreté, et reconnaître de telles actions ;
- appliquer une stratégie de marketing mettant en valeur les produits touristiques axés sur la réduction de la pauvreté ;
- faire en sorte que les négociations sur le tourisme dans le cadre de l'AGCS contribuent au développement durable, et
- se servir d'indicateurs adaptés pour évaluer les effets du tourisme sur la pauvreté.

Les organisations non gouvernementales et les organisations de la société civile

ont un rôle très précieux à jouer dans la création de réseaux et de relations utiles, dans la représentation et la défense des pauvres, dans le renforcement des capacités et dans la définition de programmes sociaux pouvant être soutenus grâce aux recettes du tourisme. Ces organisations devraient :

- représenter les pauvres et établir des liaisons entre organismes ;
- donner aux communautés pauvres les moyens de prendre des décisions en matière de tourisme ;
- soutenir les MPME, les entreprises touristiques communautaires et le secteur informel ;
- définir des projets sociaux que les entreprises touristiques et les visiteurs pourraient soutenir ;
- recenser et encourager les bonnes pratiques ;
- s'il y a lieu, devenir membres à part entière de la Fondation ST-EP et financer ses projets.

Les organismes de gestion des destinations

qui peuvent être des autorités locales, des partenariats public-privé, voire des organismes chargés d'espaces protégés, ont un rôle crucial à jouer dans des domaines comme le développement des chaînes logistiques locales et l'amélioration des relations entre l'économie informelle et les visiteurs. Ils devraient :

- mettre en place des mécanismes locaux pour travailler avec les pauvres de la destination ;
- nouer et développer des relations avec le reste de l'économie locale, autrement dit s'occuper de la chaîne logistique et la renforcer ;
- aider à la création et à la commercialisation de nouveaux produits qui donnent du travail aux pauvres ;
- mieux informer les visiteurs et les voyageurs au sujet des produits touristiques qui favorisent les pauvres, ainsi que des façons dont ils peuvent contribuer à réduire le degré de pauvreté dans la destination ;
- aider le secteur informel à s'adresser aux visiteurs, et
- utiliser les recettes du tourisme pour soutenir des initiatives liées à la réduction de la pauvreté.

Les entreprises de tourisme

tant locales qu'étrangères, doivent s'engager dans des actions de responsabilité sociale. Les hôtels et les restaurants devraient, dans les destinations pauvres, se concentrer sur l'amélioration de leur chaîne logistique en préférant les biens (mobilier, aliments, objets artisanaux, etc.) et les services (transports, guides, etc.) locaux, surtout ceux produits ou assurés par les communautés pauvres.

- Les voyageurs et autres prestataires de services touristiques devraient se soucier des pauvres dans le cadre de leur engagement en matière de responsabilité sociale de l'entreprise, ce qui devrait se refléter dans la politique de l'emploi, la gestion de la

chaîne logistique et le soutien des communautés locales. En règle générale, tous les professionnels du tourisme devraient :

- informer utilement leurs clients des problèmes de pauvreté ;
- prendre des engagements concernant les aspects économiques et sociaux du développement durable ;
- adopter une politique de l'emploi offrant des débouchés aux pauvres ;
- collaborer avec d'autres pour créer et développer une chaîne logistique locale axée sur la réduction de la pauvreté ;
- soutenir directement les initiatives et les projets qui profitent aux pauvres ;
- développer et promouvoir avec doigté des produits auxquels sont associées les communautés pauvres ;
- donner aux visiteurs des renseignements sur les activités qui profitent aux communautés locales et les encourager à les soutenir, et
- coopérer avec la Fondation ST-EP pour financer des projets dans les destinations où ils ont des activités.

Les touristes

Les touristes peuvent beaucoup faire pour que leur voyage soit une expérience agréable et de mise en pratique de leur sens des responsabilités dans le domaine social. Ils peuvent :

- avant leur voyage, mieux s'informer au sujet des destinations possibles dans les pays pauvres ;
- choisir les destinations et les produits et services touristiques qui démontrent un engagement en faveur de la réduction de la pauvreté ;
- arrivés à destination, acheter biens et services locaux à un prix équitable, dépensant de l'argent sur place, respectant le patrimoine et aidant à promouvoir l'emploi local, et
- aider les populations locales à élaborer leurs propres projets sociaux ou soutenir par des dons les initiatives locales visant à améliorer les conditions de vie.

APPENDICE B

LES PRINCIPES DU GEOTOURISME



Mission Programs

Center for Sustainable Destinations

1. Intégrité du lieu

Valoriser le caractère géographique du lieu en le développant et en l'optimisant par des gestes qui le soulignent et reflètent son patrimoine culturel et naturel, favorisant ainsi l'établissement d'un marché distinctif et d'une fierté culturelle.

2. Codes Internationaux

Respecter le Code mondial d'éthique du tourisme de l'Organisation mondiale du tourisme ainsi que les principes de la Charte internationale du tourisme culturel du Conseil international des monuments et des sites (ICOMOS).

3. Participation de la communauté

Fonder le tourisme sur les ressources communautaires autant que possible en encourageant les entreprises locales et les associations citoyennes à bâtir des partenariats pour offrir aux visiteurs une expérience unique et authentique et pour promouvoir et commercialiser le lieu avantageusement. Aider les entreprises à concevoir une approche de tourisme qui s'appuie sur la nature, l'histoire et la culture de la région, y compris sa gastronomie, ses métiers d'art et ses spectacles, etc.

4. Avantages pour la communauté

Soutenir des stratégies de développement touristiques ainsi que les petites ou moyennes entreprises qui visent des retombées économiques et sociales positives pour les communautés participantes, principalement la réduction de la pauvreté, et qui expriment de manière manifeste les politiques d'intendance de la destination nécessaires pour préserver ces avantages.

5. Satisfaction des touristes

Voir à ce que les géotouristes soient ravis et retournent chez eux avec des récits de vacances inédits, encourageant leurs amis à tenter les mêmes expériences et apportant ainsi une demande continue pour la destination.

6. Conservation des ressources

Encourager les entreprises à minimiser la pollution de l'eau, les déchets solides, la consommation d'énergie et d'eau, l'usage de produits chimiques pour l'aménagement paysager et l'éclairage nocturne excessif. Publiciser ces mesures afin d'attirer le grand marché du tourisme respectueux de l'environnement.

7. Conservation et valorisation des attraits de la destination

Inciter les destinations à préserver les habitats naturels, les sites patrimoniaux, les qualités esthétiques et la culture locale. Prévenir la dégradation en gardant le volume de fréquentation touristique dans les limites maximales acceptables. Rechercher des modèles d'affaires qui soient rentables dans ces limites. User de persuasion, de mesures incitatives ou, le cas échéant, coercitives.

8. Planification

Reconnaître et répondre aux besoins économiques à court terme sans nuire au caractère durable et au potentiel géotouristique de la destination. Là où le tourisme attire des travailleurs immigrants, développer de nouvelles communautés qui soient elles-mêmes des améliorations pour la destination. S'efforcer de diversifier l'économie et de maintenir une croissance démographique viable. Adopter des stratégies publiques d'atténuation des pratiques incompatibles avec le géotourisme et nuisibles à l'image de la destination.

9. Utilisation du territoire

Anticiper les pressions de développement et mettre en œuvre les mesures pour prévenir un développement excessif et dommageable. Contrôler l'étalement des centres de villégiature et des résidences secondaires, particulièrement sur les côtes et les îles, afin de conserver une diversité d'environnements naturels et pittoresques et d'assurer un accès public aux plans d'eau. Favoriser l'installation de grandes attractions autosuffisantes et indifférentes aux qualités du site, tel que les parcs à thème et les centres de congrès, dans des secteurs défavorisés qui ne présentent pas d'intérêt écologique, paysager ou culturel.

10. Marché diversifié

Favoriser une offre complète en matière d'alimentation et d'hébergement afin d'attirer toute la gamme démographique du marché géotouristique pour maximiser la résilience à court comme à long terme de l'économie.

11. Interprétation interactive

Engager les visiteurs et leurs hôtes à connaître la région. Encourager les populations à faire valoir leur patrimoine naturel et culturel local, développant chez elles un sentiment de fierté qui enrichisse l'expérience qu'en auront les touristes.

12. Marché ciblé

Orienter la croissance du marché touristique vers les segments les plus susceptibles d'apprécier, de respecter et de faire connaître le lieu et ses attraits distinctifs.

13. Évaluation

Instituer un processus d'évaluation régulier mené par un comité indépendant représentatif de toutes les parties intéressées, dont les conclusions soient publicisées.

APPENDICE C

MODÈLE DU PPUCD2 DE PAUL BODSON

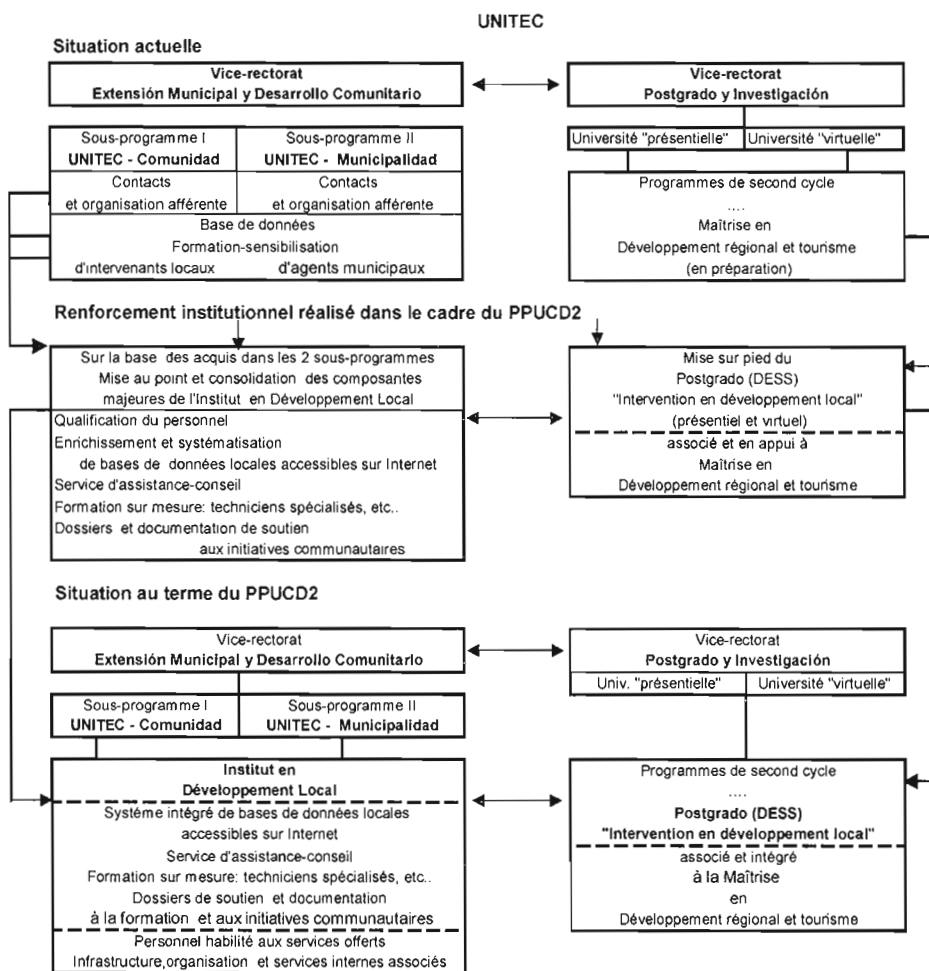


Figure C.1 : Le modèle du PPUCD2 de Paul Bodson.

APPENDICE D

PERSONNES INTERVIEWÉES

Tableau D.1

Liste des personnes interviewées

Titre	Entreprise	Lieu
Activités touristiques		
Directrice	COCABEL	Belén
Président	COCABEL	Belén
Guide touristique	Puma trail tours	Gracias
VP	Asociación de Guías	Gracias
Propriétaire	Alfarería	La Campa
Directrice	Centro de Interpretación de Alfarería Lenca	La Campa
Hôtels et Restaurants		
Propriétaire/Gérante	Hotel Vista Hermosa	La Campa
Propriétaire/Gérante	Comedor Angelika	San Manuel Colohete
Propriétaire/Gérante	Hotel Guancasco	Gracias
Propriétaire/Gérant	Hotel Emmanuel	San Manuel Colohete
Propriétaire/Gérante	Rinconcito Graciano	Gracias
Mairies / Comités touristiques		
Maire	Mairie de Belén	Belén
Maire	Mairie de La Campa	La Campa
VP Comité touristique	Mairie de San Manuel Colohete	San Manuel Colohete
Organismes		
Coordinateur	Proyecto turismo Colosuca	Gracias
Superviseurs	IHT (Patrimoine)	Tegucigalpa
Consultant mandaté par l'AECID	Parque Celaque	Gracias
Architectes	OCH	Gracias
TIC		
Chef	HONDUTEL, Jefatura departamental	Gracias
Responsable	CCCC	Gracias
Gérante	Téléphone public	La Campa
Responsable	CCCC	La Campa

Tableau D.2

Liste des interventions publiques

#	Thème originel de la réunion	Thème de l'intervention	Date	Lieu	Durée
1	Plan de marketing et Site Web	Présentation du projet	02/07/2007	Gracias	3h40
2	Amélioration du parc central	Présentation du projet et analyse SWOT menée par les acteurs	14/07/2007	Belén	6h
3	Amélioration du parc central	Présentation du projet et analyse SWOT menée par les acteurs	16/07/2007	San Manuel de Colohete	6h
4	Chambre de tourisme	Analyse SWOT menée par les acteurs	25/07/2007	Gracias	1h30

APPENDICE E

QUESTIONNAIRE DESTINÉ AUX HÔTELIERS

Empresa

Dirección

Teléfono

E-mail

ALOJAMIENTO

1/ Entre las opciones, cual corresponde más a su tipo de alojamiento:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Hotel | <input type="checkbox"/> Camping |
| <input type="checkbox"/> Hostal | <input type="checkbox"/> Otro: _____ |
| <input type="checkbox"/> Casa huésped | |

2/ Describa el alojamiento que usted ofrece:

- | | |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Familiar | <input type="checkbox"/> Mochileros |
| <input type="checkbox"/> Lujo | <input type="checkbox"/> Negocio |
| <input type="checkbox"/> Económico | <input type="checkbox"/> Otro: _____ |

3/ Número de unidad y precio por tipo:

<i>Tipo</i>	<i>Número</i>	<i>Precio (Lps)</i>
Sencilla/ cama una persona	_____	_____
Sencilla / cama matrimonial	_____	_____
Doble	_____	_____
Suite	_____	_____
Otro	_____	_____

5/ Servicio disponible:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Restaurante | <input type="checkbox"/> Servicio de transporte |
| <input type="checkbox"/> Centro de Negocios | <input type="checkbox"/> Alberca |
| <input type="checkbox"/> Salón de Conferencias | <input type="checkbox"/> Botones |
| <input type="checkbox"/> Internet inalámbrico | <input type="checkbox"/> Recepción (de ___ a ___ hrs.) |
| <input type="checkbox"/> Amplio parqueo privado | <input type="checkbox"/> Tienda de artesanías |

6/ Información sobre las habitaciones:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Televisión por Cable | <input type="checkbox"/> Teléfono |
| <input type="checkbox"/> Baño privado | <input type="checkbox"/> Agua caliente |
| <input type="checkbox"/> Aire acondicionado | <input type="checkbox"/> Escritorio |
| <input type="checkbox"/> Ventilador | <input type="checkbox"/> Acceso inalámbrico de Internet |

CLIENTELA

8/ ¿Cuántos clientes recibe aproximadamente al año?: _____

9/ ¿Hay una temporada alta? Si No

Si hay, cuanto % de clientes en la temporada alta: _____%

10/ ¿El año pasado, cuántos días aproximados se quedaron los clientes?: _____ días

11/ ¿De qué países vienen sus clientes?:

País 1: _____ % de toda la clientela

País 2: _____ % de toda la clientela

País 3: _____ % de toda la clientela

12/ ¿Entre los clientes que vienen por vacaciones, cuál es la motivación para venir a esta ciudad (solamente una opción)?:

- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cultura | <input type="checkbox"/> Aventura |
| <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Patrimonio |
| <input type="checkbox"/> Artesanía | <input type="checkbox"/> Otro: _____ |

13/ ¿Cómo hace usted la promoción de su alojamiento (varias soluciones)?:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Agencia de viaje | <input type="checkbox"/> Panfleto |
| <input type="checkbox"/> Tour operadora | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Por referencia | <input type="checkbox"/> Propio sitio Web |
| <input type="checkbox"/> Oficina de turismo | <input type="checkbox"/> Por exhibición |
| <input type="checkbox"/> Guía turístico | <input type="checkbox"/> Otro: _____ |

RECURSOS HUMANOS

14/ ¿Cuántos empleados trabajan la jornada completa para su empresa?:
 _____empleados

15/ ¿Cuántos empleados trabajan media jornada?: _____empleados

16/ ¿El próximo año, cuántos empleados usted va a emplear? :

- para jornada completa: _____empleados
- para media jornada: _____empleados

17/ ¿De dónde son sus empleados en mayoría?:

18/ ¿Qué nivel de educación tienen la mayoría de sus empleados?:

19/ ¿Si trabaja para la comunidad, de qué manera lo hace?:

RECURSOS TECNOLÓGICOS

20/ Utiliza tecnologías para la protección del Medio Ambiente, como energía solar, “energía del viento”, reciclaje, compostaje...

No

Si, qué tipo: _____

21/ ¿Cómo esta manejado la gestión de su empresa?:

A mano

Con programa informático: _____

22/ ¿Cuántos computadoras tiene la empresa?: _____

23/ ¿Hay Internet? Si No (pase al cuestión 27/)

24/ ¿Quién es el proveedor de acceso de Internet?: _____

25/ ¿Cuál es la velocidad de la conexión de Internet?: _____

26/ ¿Cuánto cuesta la suscripción a Internet?: _____ Lps / mes o ano (circule si es por mes o por año)

27/ ¿Hay un sitio Web de la empresa?: Si No (pase al cuestión 29/)

28/ ¿Quién hizo el sitio Web?:

Diseñador grafico

Un empleado de la empresa

Otro: _____

29/ ¿Quién es el proveedor de teléfono fijo?: _____

30/ ¿Cuánto cuesta la suscripción al teléfono fijo?: _____ Lps / mes o ano (circule)

31/ ¿Quién es el proveedor de celular?: _____

32/ ¿Cuánto cuesta la suscripción al celular?: _____ Lps / mes o ano (circule)

¡MUCHAS GRACIAS!

BIBLIOGRAPHIE

- AECID (2005). « *Desarrollo alternativo no agrario vinculado al turismo Fase III (El Circuito Turístico Colosuca Fase III)* ». *Metodología de Gestión de Proyectos de la Cooperación Española- Documento de formulación*, Aout 2005, 34 pages.
- AECID et al. (2007). « *Propuesta de intervencion Iglesia de San Manuel de Colohete Fase I'* », Octobre 2007, 33 pages.
- Ambassade de France au Guatemala – Mission économique (2006). « Le marché centraméricain des technologies de l'information et de la communication ». Fiche de synthèse, 4 pages. Dans :
http://www.missioneco.org/guatemala/documents_new.asp?V=7 PDF 122826
- Ambassade de France au Guatemala – Mission économique (2007). « Le secteur de l'hôtellerie et du tourisme au Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Belize ». Fiche de synthèse, 5 pages. Dans :
http://www.missioneco.org/guatemala/documents_new.asp?V=7 PDF 131681
- Bédard, François et Boualem Kadri (2003). « Réduction de la fracture numérique en tourisme. Le rôle des grandes organisations internationales », Québec : Presse de l'Université du Québec, 134 pages.
- Bodson, Paul. (2003). « Développement local durable et tourisme au Honduras ». UQAM, 12 pages.
- Brohman, John. (1996). "New directions in tourism for third world development", in *Annals of Tourism Research*, Vol 23, n.1, pp. 48-70.
- Brundtland, Gro Harlem. (ed.), 1987. "Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development." U.K.: Oxford University Press.
- Buhalis, Dimitrios. (2003). "eTourism – Information technology for strategic tourism management", Prentice Hall. Pearson Education Limited. U.K. 376 pages.
- Club de Paris (2005). "Le Club de Paris réduit la dette du Honduras », Communiqués, 12 mai 2005. Dans :
<http://www.clubdeparis.org/sections/services/communiques/honduras6983/switchLanguage/f>

- Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2005a). Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement du Conseil du commerce et du développement. Rapport de la réunion d'experts sur les TIC et le tourisme dans l'optique du développement, Genève.
- Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2005b). Programme *Train For Trade*. Manuel du participant. Cours sur les TIC et le tourisme.
- Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2004). Initiative de la CNUCED sur le e-tourisme, Onzième session, Sao Paulo, 13-18 juin 2004, 19 pages.
- De Ravignan, François (2001). « L'après et l'autrement du développement ». Conférence au salon Primevère, Lyon, février 2001.
- Delisle, Marie-Andrée et Louis Jolin (2007). «Un autre tourisme est-il possible ?», Presses de l'Université du Québec, 144 pages.
- Fundación SAVE – Honduras (2006). “*Nueva Estrategia de Geoturismo para un País que le Tiene Todo*”. Dans: <http://www.fundacionsave.com/>
- Gendron, C., *et al.* (2005). « Mémoire de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable remis à la Commission des transports et de l'environnement dans le cadre des consultations particulières et des auditions publiques sur la Loi sur le développement durable (projet de loi n° 118) - Version révisée », *Cahier de la Chaire de responsabilité sociale et de développement durable*, Montréal, École des sciences de la gestion, UQAM, no 10-2005, 63 p.
- Guerrero-Lozano, Jorge (2007). « Technologies de l'information au service du tourisme en contexte de pauvreté : une approche de développement local ». L'Harmattan, Paris. Collection: Tourisme et Sociétés. Communication présentée au Symposium international d'ingénierie touristique pour le développement des régions pauvres. Septembre 2006 à Diamantina, Brésil. Article à paraître.
- Gutierrez, E., K. Lamoureux, et al. (2005). «*Linking Communities, Tourism and Conservation; A Tourism Assessment Process*.” Conservation International and The George Washington University.
- Honduras Tips, Le guide officiel du Honduras (2007)
- IHT (2006). “*Honduras: Compendio Estadístico de Turismo 2006*”, Tegucigalpa. Dans: <http://www.visitehonduras.com/ih/>
- IHT. Résumé exécutif: “*Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible del Sector Turismo en Honduras (ENTS-Honduras)*”. Dans: http://www.visitehonduras.com/ih/documentos/resumen_ejecutivo.pdf

- Latouche, Serge (2001). « En finir, une fois pour toutes, avec le développement » paru dans Le monde diplomatique de mai 2001 - Pages 6 et 7.
- Lequin, Marie (2003). « Développement touristique et éco-compatibilité : le cas du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent au Québec », *Market Management*, (2), 51-67.
- Mancomunidad Colosuca*, AECID (2006). « *Diagnostico socioeconomico de la Mancomunidad COLOSUCA* », Gracias, Lempira, 163 pages
- National Geographic Traveler* et *Travel Industry Association of America* (2002). *The Geotourism Study : Phase I Executive Summary*, Washington, D.C., 22 pages.
- O'Connor, Peter (1999). « *Electronic Information Distribution in Tourism and Hospitality* », Wallingford, CT/Oxford, UK, CAB International, 173p.
- Organisation mondiale du tourisme. « Le tourisme peut contribuer à la réduction de la pauvreté » disponible dans la rubrique publications du programme STEP du site Internet de l'OMT, visité le 22/02/09 :
http://www.unwto.org/step/pub/fr/pdf/poverty_alle.pdf
- Organisation mondiale du tourisme (2001). « Commerce électronique et tourisme : Guide pratique pour les destinations et les entreprises », Conseil professionnel OMT, Madrid : OMT.
- Organisation Mondiale du Tourisme (2002). « Le tourisme et la réduction de la pauvreté ». Madrid: OMT.
- Organisation Mondiale du Tourisme (2007). « *Tourism and Least Developed Countries – A Sustainable Opportunity to Reduce Poverty* ». Dans :
<http://www.unwto.org/sustainable/doc/tourism-and-ldc.pdf>
- Organisation Mondiale du Tourisme (2008). « Faits saillants du tourisme- Édition 2008 ». Disponible dans la rubrique Faits et chiffres du site Internet de l'OMT :
<http://unwto.org/facts/menu.html>
- Programme des Nations Unies pour le développement (2005). « Rapport mondial sur le développement humain 2005, La coopération internationale à la croisée des chemins ». Economica, Paris, 2005. 400 pages.
- Programme des Nations Unies pour le développement (2007). « Rapport mondial sur le développement humain 2007/2008. La lutte contre le changement climatique : un impératif de solidarité humaine dans un monde divisé ». La Découverte, Paris, 2007. 382 pages.

Quivy, Raymond et Luc Van Campenhoudt (1995, 2006). « Manuel de recherche en sciences sociales ». Paris : DUNOD.

Schneider, Helmut (1999). « Gouvernance participative : Le chaînon manquant dans la lutte contre la pauvreté », *Cahier de Politique Economique*, n°17, OCDE.

Sistema de Naciones Unidas en Honduras, Objetivos de desarrollo del milenio. 2007. Segundo Informe de País, El logro de los ODMs: una responsabilidad compartida, Tegucigalpa, Honduras: SNU, 190 p.

Soupizet, Jean-François (2004). «La fracture numérique, mesures et spécificités ». NetSud, N°2, Août.

Stiglitz, E. Joseph (2006). «Un autre monde : contre le fanatisme du marché », Paris : Fayard, 452 pages.

UICN/PNUE/WWF (1980). « Stratégie mondiale de la conservation: La conservation des ressources vivantes au service du développement durable », UICN, PNUE et WWF, Gland, Suisse.

Ustaritz, Gustavo (2007). « *Plan de Mercado Turistico de la Mancomunidad Colosuca* », présentation PowerPoint, Gracias, le 2 juillet 2007.

Pour information sur le COHCIT :

Projet CCCC : <http://www.cohcit.gob.hn/pp/009.htm>

Mission : http://www.cohcit.gob.hn/noticias_cont/007.htm