

ECHOS DU COTA est le trimestriel d'information du Collectif d'Echanges pour la Technologie Appropriée. Il suggère et analyse des alternatives technologiques et des savoir-faire pour susciter la réflexion, inspirer des expériences, lancer des débats, influencer des projets de développement.

Le COTA est une organisation non-gouvernementale de coopération au développement de service et d'éducation spécialisée dans les technologies et les méthodologies du développement, en particulier dans les domaines du développement participatif et de la coopération décentralisée.

Le COTA est reconnu par la Direction Générale de la Coopération Internationale (DCCI).

Le COTA est un outil offrant un ensemble de services d'appui technique et théorique (consultance, suivi, évaluation, etc.) à tout qui manifeste un intérêt pour le développement et les relations Nord/Sud ; une interface réflexive et évolutive qui étudie, informe et documente sur les méthodologies et les pratiques du développement.

Le COTA est membre du consortium IDEeS, d'ACODEV et du CNCD.

L'Assemblée Générale du COTA est composée de représentants d'ONG belges, d'experts indépendants ainsi que de représentants des milieux académiques belges.

#### L'équipe du COTA

Secrétaire Général  
Colette Acheroy

#### Service Technique

Didier Beaufort, Stéphane Boulic'h, Guy Cloes,  
Etienne Coyette, Sandra Descroix, Marc Totte

#### Centre de Documentation

Delphine Huybrecht, Catherine Sluse

#### Secrétariat

Rose Martinez, Zohra Achetouan

#### Abonnement ECHOS DU COTA

300 BEF ou 7,74 Euro  
(1 an, soit 4 numéros)

#### Crédit Communal

068-2127048-59

Pour le paiement à l'étranger, ne pas envoyer de chèque, mais utiliser le mandat postal international ou le virement du compte à compte (frais à votre charge).

COTA asbl

Collectif d'échanges pour la Technologie Appropriée

rue de la Révolution, 7

B-1000 Bruxelles, Belgique

Tel. 32-(0)2/218.18.96

Fax. 32-(0)2/233.14.95

Email : info@cota.be

Site Web : <http://www.cota.be>



# Editorial

## Un milliard et demi de touristes et moi et moi et moi...

Comme d'habitude, quelques chiffres pour commencer : l'Organisation mondiale du tourisme estime qu'en 2010, le nombre de touristes entrant dans un pays étranger approchera le milliard ; en 2020, il atteindra 1,6 milliards. 80% des voyageurs internationaux sont originaires d'une vingtaine de pays, lesquels contrôlent, créent et tirent les bénéfices de la demande croissante pour des produits touristiques disponibles dans les pays en développement où le tourisme est en train de supplanter l'agriculture au rang de principal, voire d'unique, secteur d'activité. D'où une dépendance économique accrue de ces pays dont les ressources souvent raréfiées par la crise, sont détournées pour satisfaire à la demande des hôtes affluents et influents. Les contreparties pour les populations locales sont quasiment inexistantes. Les grands opérateurs étrangers et l'Etat dominant l'activité touristique.

Par le biais d'exemples concrets, ce numéro 91, des Echos du Cota, entend exposer différentes façons de promouvoir au Sud, un tourisme respectueux des équilibres culturels, économiques et sociaux locaux, qui garantisse la participation autochtone, l'organise équitablement et permette enfin aux habitants de s'approprier ce qui apparaît désormais comme un incontournable outil de leur développement<sup>2</sup>.

1) Unesco, Sources, février 2000- n° 120, p.10.

2) Sur cette problématique, il est intéressant de consulter : "Pour un tourisme durable. Dossier préparé par Dora Valayer (Association Transverses, France)", dans "Caravane pour un monde responsable, pluriel et solidaire", n° 7, Décembre 2000 (<http://www.echo.org/fr>).

## Sommaire

Tourisme et développement solidaires. Villages d'accueil au Burkina Faso .....	3
Initiatives locales de développement touristique au Pérou (Cécilia Espinoza) .....	6
Ecotourisme au Venezuela .....	11
Le tourisme : une stratégie de lutte contre la pauvreté au Kenya (Samuel Kareithi) .....	15

Tourisme et développement à Samoa. ....	17
Stratégies et formations (Perive Lene et John Bartham) .....	
Chronique de livres .....	19
Formation Evénements .....	25
On nous informe .....	29
Offres d'emploi .....	31

# Tourisme et développement solidaires.

## Villages d'accueil au Burkina Faso

"Tourisme Et Développement Solidaires" s'est inspiré des modèles français de l'agritourisme et du tourisme social pour élaborer un concept d'organisation touristique adapté aux communautés rurales burkinabé et répondant à la demande croissante des touristes du Nord désireux de donner du "sens" à leurs voyages.

"Tourisme Et Développement Solidaires" a été créée en 1998 par Bénédicte MERLANT et Pierre MARTIN-GOUSSET pour rassembler toutes les compétences nécessaires à la mise en œuvre et au développement de nouvelles formes de tourisme et du concept de "Villages d'Accueil(r)TDS".

Le projet veut permettre à des communautés rurales dans les pays du Sud, sélectionnées pour leur dynamisme et la qualité de leur environnement socioculturel, de s'approprier l'outil d'un tourisme de rencontres et d'échanges, qui devienne un véritable levier de leur développement.

### UNE OUVERTURE SUR L'EXTÉRIEUR

Le projet est réalisé au Burkina Faso, pays parmi les plus pauvres de la planète, mais qui présente de nombreuses potentialités pour un tourisme d'échanges : une population tolérante et très hospitalière, des traditions artisanales, artistiques et culturelles vivantes et variées, un réseau d'infrastructures de base satisfaisant (routes, aéroports, moyens de transports, couverture sanitaire, etc.), une faune et une flore intéressantes, des paysages variés (du Sahel à la forêt humide), etc.

Les villages burkinabé vivent essentiellement de l'agriculture et sont souvent confrontés à des problèmes quand il s'agit de valoriser leurs ressources naturelles car ils sont souvent trop éloignés des marchés urbains et autres zones d'échanges. L'agriculture de subsistance et les autres activités traditionnelles ne peuvent dès lors suffire à maintenir une population en forte croissance démographique.

Le tourisme de découverte et d'échange proposé par "Tourisme Et Développement Solidaires" constitue alors une nouvelle piste de valorisation pour les villageois, en même temps qu'il permet de procurer des activités qualifiées aux jeunes du village, ainsi qu'une ouverture sur l'extérieur essentielle au processus de développement.

### VILLAGES D'ACCUEIL

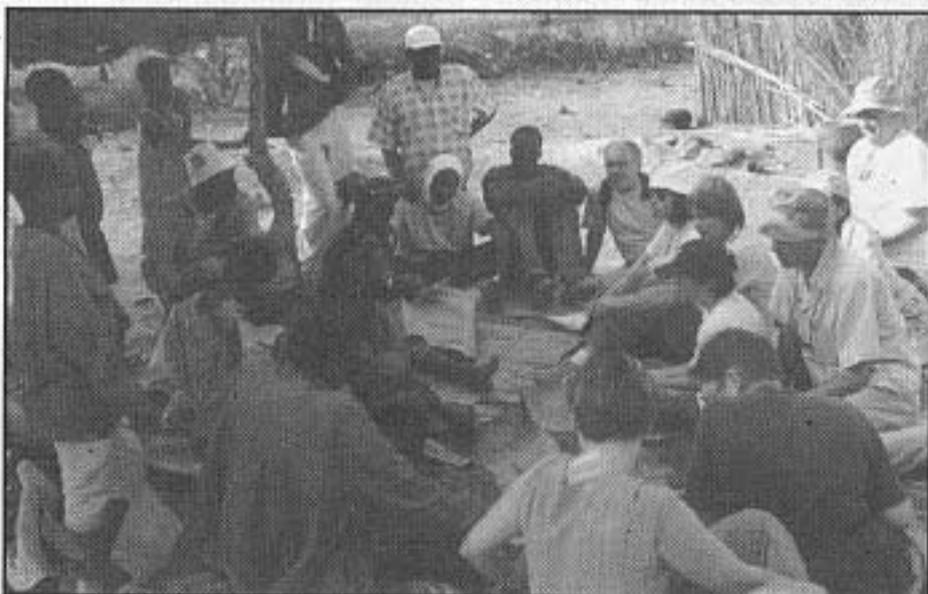
L'ambition de "Tourisme Et Développement Solidaires" est de créer

un label international de tourisme équitable dans les pays du Sud basé sur un concept innovant de "Villages d'Accueil".

Développement et tourisme doivent aller de pair pour le maintien des villages dans le réseau des "Villages d'Accueil". Pour cela, le tourisme doit rester une activité d'appoint saisonnière qui complète des activités traditionnelles et non s'y substituer au risque alors de devenir une finalité dénuée de sens. Un contrat entre le Village et "Tourisme Et Développement Solidaires" est garant de ce principe.

Un contrat de partenariat lie chaque "Village d'Accueil" et TDS. TDS a la charge d'assurer le "remplissage" annuel (démarchage sur le marché local et européen et organisation pratique des voyages : TDS a le statut d'association de voyages agréée), de garantir la qualité des prestations proposées (respect du label), de s'assurer de la "déontologie" des touristes démarchés (préparation au voyage) et de contrôler l'affectation effective des bénéfices à des projets de développement.

Les relations financières entre TDS et le "Village d'Accueil" sont claires : le "Village d'Accueil" facture à TDS chaque séjour touristique. TDS, lui, facture ce séjour aux touristes en majorant de 20% le prix payé au "Village d'Accueil" pour couvrir ses frais de gestion.)



(Photo : TDS)

## Tourisme et développement solidaires

La formation des acteurs locaux prend une place très importante dans le dispositif de même que la co-gestion des équipements et de l'activité par l'ensemble des représentants des communautés d'accueil : c'est tout le village qui reçoit et non pas un groupe d'individus; les bénéfices vont à la collectivité, selon ses besoins.

Au sein d'un même pays, les "Villages d'Accueil" sont cooptés entre eux et solidaires dans leurs activités au sein d'une Union Nationale qui protège et promeut - par délégation - le concept de "Villages d'Accueil" et les valeurs humanistes qui s'y rattachent.

### IDENTIFICATION DES UNITÉS DE BASES

L'obtention du label "Village d'accueil" est l'aboutissement d'un long processus de formation et d'apprentissage mené par "Tourisme et Développement Solidaires" en coopération avec ses partenaires locaux : villages d'accueil existants, ONG, bailleurs de fonds, etc. TDS sélectionne les villages sur la base de critères démographiques (plus de 3.000 habitants, etc.), sociologiques (forte cohésion sociale, etc.), techniques (forage de qualité, etc.), environnementaux, etc. Mais le premier de ces critères reste bien sûr la qualité du plan de développement défini par la communauté villageoise, le tourisme étant un des moyens de réaliser ce plan.

Doudou, un village situé en pays Gourounsi, à 1h30 en voiture de Ouagadougou et à 30mn. de Koudougou, le chef lieu de province, a été le premier "village d'accueil".

C'est un gros bourg agricole de 4.000 habitants situé un peu à l'écart de la route menant de Koudougou au Mali. A partir de cette expérience, "Tourisme Et Développement Solidaires" a pu définir une approche méthodologique rigoureuse pour mettre en place un premier réseau de "Villages d'Accueil" au Burkina Faso en s'appuyant sur des programmes basés sur une logique de développement territorial intégré (PDL, PNGT, GEPRENAF, etc.)

Cette méthodologie vise - sur un territoire donné - à amener progressivement une communauté d'accueil potentiellement intéressante à devenir "Village d'Accueil" et pour cela l'aider par des outils appropriés (conseil, formation, suivi, financement) à :

1. définir son projet touristique (objectif, organisation, produits, animations, gestion etc.) en l'associant étroitement à son plan de développement;
2. mettre en place son organisation (personnel, conseil de gestion, réseau de prestataires associés, etc.) et ses aménagements touristiques (campement, équipement, etc.);
3. l'initier progressivement à l'accueil touristique par l'organisation de séjours en nombre croissant;
4. l'intégrer au sein du réseau national de "Villages d'Accueil".

Chaque "Village d'Accueil" est recruté par cooptation par les autres "Villages d'Accueil" du pays, leur labélisation par "Tourisme Et Développement Solidaires" venant après un long processus de

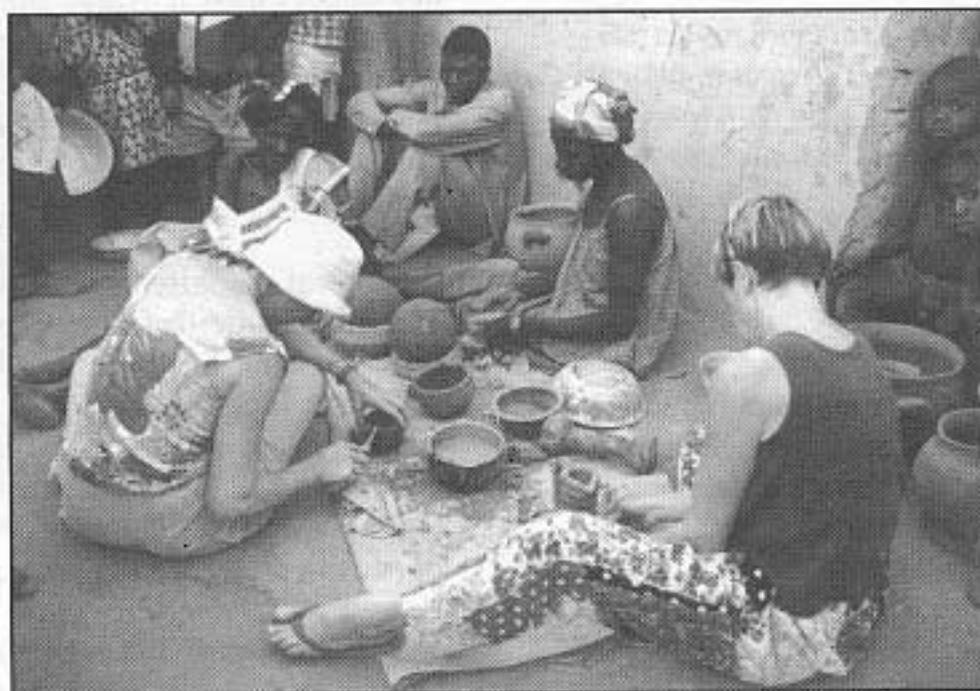
sélection et de préparation associant les "Villages d'Accueil" existants qui les intègrent au sein de leur organisation fédérative nationale.

### LA MISE EN PLACE D'UN "VILLAGE D'ACCUEIL"

La mise en place d'un "Village d'Accueil" se fait en trois phases planifiées sur quatre ans.

- Phase A : Etablir un diagnostic touristique du territoire d'accueil pressenti - Identifier les acteurs potentiels ("Village d'Accueil" et prestataires associés - Organiser un séjour test de mise en situation. Cette phase est d'une durée de 12 mois en année 1. Son coût est estimé par territoire d'accueil à 21.300.000 FCFA.
- Phase B : Consolider le "Village d'Accueil" stagiaire et les prestataires associés du terroir d'accueil dans leur organisation et développement touristique. La durée de cette phase est de 12 mois en année 2. Le coût estimé par territoire d'accueil est de 31.615.000 FCFA.
- Phase C : Mise à niveau annuel du "Village d'Accueil" et des prestataires associés du terroir d'accueil. Durée : 24 mois en années 3 et 4. Le coût par territoire d'accueil est estimé à 1.410.000 FCFA/an

Coût total de la mise en place d'un "Village d'Accueil"<sup>TDS</sup> : 55.745.000 FCFA



(Photo : TDS)

### FONCTIONNEMENT

Dans chaque "Village d'Accueil" un Conseil de Développement est mis sur pied, qui est composé des représentants de la communauté villageoise. Son rôle consiste à animer une équipe formée à l'accueil et à gérer en pleine propriété une case de passage construite de manière traditionnelle au sein du village.

C'est là que sont logés les touristes qui sont invités, au gré de leurs envies, à découvrir et partager activement la vie de la communauté d'accueil en pratiquant différentes formes d'activités

ludiques : des excursions et visites du pays (à pied, en vélo, en voiture), des stages d'apprentissage et de création avec les artisans et artistes locaux, des soirées récréatives avec les villageois, des rencontres-débats avec les acteurs locaux du développement etc. Le Conseil de Développement Villageois gère également les équipements touristiques dédiés à cette activité, contrôle la bonne intégration des animations touristiques au contexte local et décide de l'affectation des bénéfices à des projets collectifs de développement.

La gestion au quotidien des séjours est assurée par une équipe de personnel (une vingtaine de jeunes hommes et de jeunes filles sont formés pour la constituer), coordonnée par un Gérant et placée sous le contrôle d'un Conseil de Gestion, constitué d'une demi-douzaine de "sages" choisis par le Conseil de Développement pour superviser cette activité touristique et lui en rendre compte.



(Photo : TDS)

Chaque village d'accueil reçoit des groupes d'une dizaine de voyageurs à raison de six à huit groupes par an, au cours de la saison sèche, lorsque les travaux des champs n'accaparent pas les villageois.

La découverte de la vie villageoise, la manière d'intégrer le patrimoine naturel et humain dans la vie économique et sociale quotidienne, l'initiation aux arts et traditions culturelles et artisanales, etc. sont autant de supports d'échanges très riches car basés sur un contact direct.

La finalité n'est pas de transformer ces villages ruraux en destination touristique, mais bien de favoriser la connaissance réciproque, tout en permettant à ces villages de dégager des bénéfices significatifs pour leurs propres projets, de valoriser leur patrimoine tout en le faisant évoluer, de trouver de nouveaux débouchés pour leurs productions locales (artisanat, produits du terroir, etc.)

## RETOMBÉES

Le bénéfice de cette activité est considérable, non seulement en termes économiques (de 60 à 80.000 FF de chiffre d'affaire annuel, dont 15 à 20.000 FF net réinvestis dans des projets collectifs), mais également en termes d'ouverture sur l'extérieur avec de nouvelles formes de relations Nord/Sud valorisantes et dynamisantes pour le village.

"Le fait que Doudou soit devenu village d'accueil ne représente pas qu'un intérêt financier assure Georges Zongo, le vice président de comité de gestion. Par exemple : les formations à l'hygiène, à la santé ou à la gestion de l'eau que TDS a organisées pour les gens qui travaillent au campement ont profité à de nombreux autres villageois grâce au bouche-à-oreille. Le projet touristique entretient également une dynamique de discussion et de projets dans le village. Et puis, il ne faut pas oublier les échanges avec les hôtes qui sont enrichissants pour tout le monde".

L'affectation des fonds récoltés grâce à l'accueil des voyageurs a été faite par le comité en séance publique après consultation des groupements de village : construction du second logement des instituteurs (pour compléter celui construit et financé avec les bénéfices de la saison précédente) et d'un bâtiment abritant le moulin à karité (pour le groupement des femmes), réparation de deux forages (pour des groupements de quartier), prise en charge de certains liée à la poursuite de la scolarisation d'enfants du village (pour l'association des parents d'élèves) et construction d'une piste de danse pour la maison des jeunes. Un grand concours d'hygiène et de propreté des concessions et des quartiers du village a été organisé avec de nombreux prix.

Cette nouvelle activité touristique suscite de nombreuses initiatives. Un groupement de femmes a ainsi décidé de créer un jardin potager pour vendre sa production au campement qui s'approvisionnait jusqu'alors à la ville voisine. Et d'autres se sont lancées dans la confection de jolis T-shirts en batik "bienvenue à Doudou" vendus à la boutique du campement et portés également par le personnel. Surtout le village va contacter l'organisme qui gère le nouveau programme de développement local (PDL) de la zone pour déposer un plan de développement dont l'autofinancement nécessaire de 10 % sera apporté par les bénéficiaires de Village d'Accueil. La construction d'un dispensaire a débuté et son ouverture est prévue pour environ début 2002.

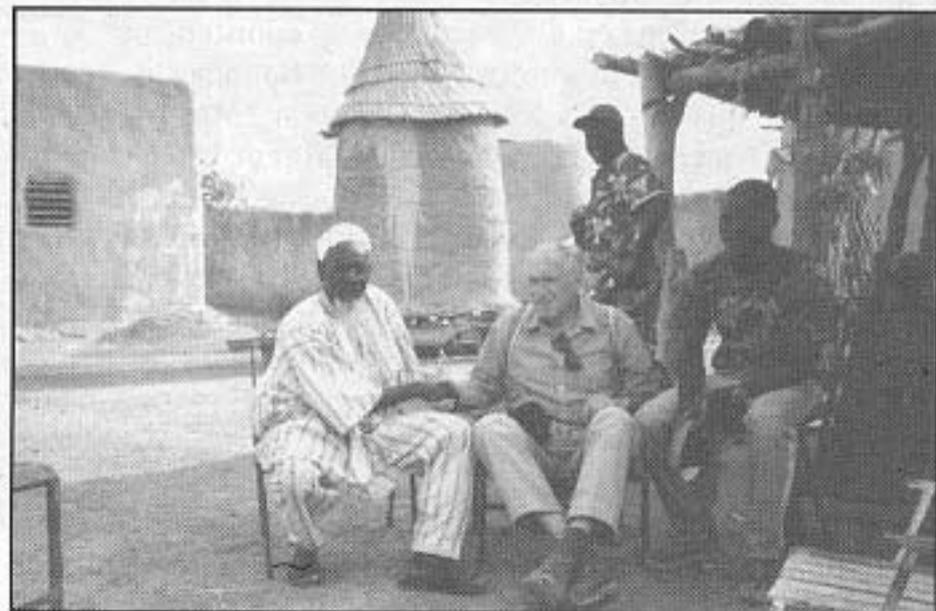
## EVALUATION

"Tourisme et Développement Solidaires" vient d'entamer d'évaluation et de consolidation de son action. Un premier bilan de l'activité a été réalisé en avril à Doudou et Korézeina par un membre de l'association, André DOLLFUS, consultant de son état. Un audit de l'ensemble de la démarche engagée par TDS sera ensuite réalisé par un cabinet extérieur. Tout ce travail permettra d'élaborer un schéma d'intervention sur de nouveaux villages, de définir le contenu des formations aux villageois, de préciser le fonctionnement du réseau... bref, de formaliser la méthode d'organisation et d'intervention de TDS. Cette mission est financée par le ministère des Affaires étrangères, qui, si les résultats s'avèrent positifs, pourrait financer la création de villages d'accueil dans trois ou quatre pays d'Afrique. A suivre...

## PERSPECTIVES

L'expérience réussie de Doudou a permis de crédibiliser le travail de TDS sur le terrain et en France et conduit aujourd'hui à vouloir mettre en place le second volet opérationnel du projet TDS, à savoir la création d'un réseau de villages d'accueil, d'abord au Burkina Faso, puis progressivement dans les pays limitrophes (Niger, Mali, Bénin) et enfin sur d'autres destinations pour lesquelles l'association a été sollicitée (Madagascar, Amérique Latine, Vietnam, etc.)

Il n'est pas utopique de penser sortir de la fatalité du sous-développement, contribuer à une plus grande solidarité Nord/Sud en aidant les pays du Sud à se positionner sur le premier secteur d'activité économique mondiale qu'est le tourisme. Des solutions concrètes et reproductibles peuvent être trouvées - c'est le pari que s'est fixé "Tourisme Et Développement Solidaires" avec ses partenaires au Nord et au Sud.



(Photo : TDS)

# Initiatives locales de développement touristique au Pérou

CECILIA ESPINOZA\*

Le Pérou dispose d'un important patrimoine historique, d'une géographie privilégiée, et d'une grande variété de ressources naturelles qui ne sont pas valorisés faute de ressources humaines, de financements, de structures propres à développer le secteur touristique et de synergies entre institutions. Des collectivités locales tentent de s'organiser pour aboutir à un développement touristique durable.

En 1992, on enregistrait au Pérou 217.000 touristes étrangers ; en 2000, on en dénombrait 1,1 millions. En 1997, le tourisme était la troisième activité économique du pays, en termes de recettes, avec 824 millions de dollars US. Cependant l'activité est encore modeste par rapport aux grandes destinations internationales.

Dans les années 90, le gouvernement a commencé à privilégier un modèle de croissance basé sur l'exploitation des ressources naturelles et du tourisme (surtout grâce à des investissements privés). Il a consenti d'importants efforts pour leur promotion, l'élaboration d'un plan national de tourisme, l'amélioration de la formation et de l'intégration du tourisme dans la société. Cette intervention de l'Etat en faveur d'un cadre national légal plus souple a entraîné une régression au niveau régional et local.

## L'ADMINISTRATION NATIONALE : UNE ORGANISATION VERTICALE ET CENTRALISÉE

Six ministères sont compétents en matières touristiques : celui de l'Economie et des Finances, celui de l'Agriculture, des Transports, de l'Education (à travers l'Institut National de la Culture), de la Présidence (Créé en 1992, après la dissolution du congrès par l'Ex-Président Alberto FUJIMORI. Il est chargé des infrastructures. De ce Ministère dépend le "PROMPERU", un organisme de promotion touristique auprès des investisseurs étrangers) et enfin celui de l'Industrie, du Tourisme, de l'Intégration et des Négociations Commerciales Internationales.

Le secteur du tourisme est dirigé par le "Vice-ministerio de turismo" ("secrétariat au tourisme") ; la Direction Nationale du Tourisme s'occupe quant à elle de la coordination entre les acteurs publics au niveau régional ou départemental et de la réglementation des entreprises de tourisme.

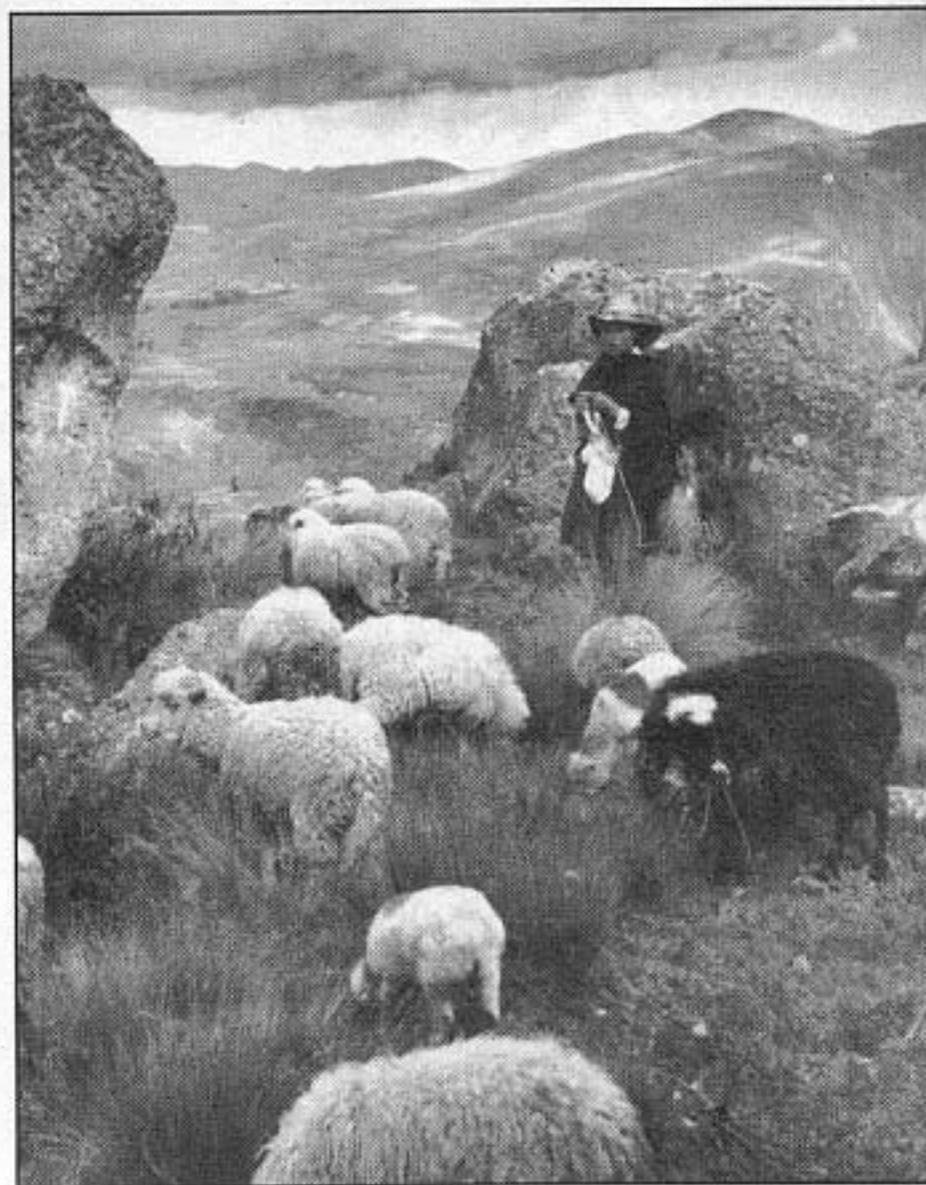
Si le ministère détient le pouvoir de décision, des acteurs privés interviennent cependant dans la politique touristique. Ces derniers sont représentés au sein du ministère par des organisations associatives : la Chambre National du tourisme, les associations des hôtels et des "tours opérateurs". Ces associations sont représentées au niveau départemental.

La cohésion n'est qu'apparente entre acteurs publics et privés car les résultats se font attendre. Les institutions se révèlent trop

faibles et n'exercent que peu d'influence sur la vie des communautés, surtout dans les villes petites et moyennes. Les pouvoirs locaux manquent en général d'information et de moyens pour assumer efficacement leurs fonctions.

## LE PROCESSUS LÉGISLATIF EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

En vertu de la Loi Générale du Tourisme ("Ley General de Turismo n° 24067") de 1984, l'Etat était le principal acteur et investisseur



\* Chargée d'études à l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique.

en matière de développement touristique. En 1990, un décret a été voté afin d'augmenter les investissements privés dans le secteur hôtelier et favoriser ainsi la privatisation du secteur.

En juin 1998 une nouvelle loi (n° 26961) pour le développement touristique "Ley de desarrollo para la actividad turística" a été élaborée, mais elle n'est toujours pas en vigueur. Cette loi vise à augmenter le pouvoir des collectivités locales qui pourront décider à la place du ministère s'il convient ou non d'accepter sur leur territoire un projet de développement touristique. Pour l'instant, cette compétence ne leur est pas encore transférée.

Cette nouvelle loi marque certainement une étape décisive en matière de développement durable, mais elle ne tient pas compte de l'ensemble des enjeux touristiques, ni de la participation de la population au développement touristique (voire en tant que touristes).

Les collectivités locales ne peuvent pas jouir de leurs nouvelles prérogatives tant que la politique d'aménagement du territoire n'est pas adaptée. Au Pérou, les terrains appartenant à l'Etat sont adjugés au cours d'une longue procédure qui peut durer 43 mois, comprendre jusqu'à 6 étapes différentes et traverser jusqu'à 48 bureaux différents.

Les gouvernements locaux peuvent rarement prendre des décisions en matière de gestion foncière. Le gouvernement central conserve son pouvoir d'intervention et d'approbation finale. La décentralisation est étroitement liée aux infrastructures, à la réorganisation institutionnelle, à l'identité et à l'environnement local et global. Elle demande une volonté politique et des moyens suffisants qui puissent permettre la mise en place d'une "nouvelle institutionnalité" <sup>1</sup>. Le domaine du tourisme ne peut pas être considéré uniquement de façon sectorielle et verticale.

### UNE PERSPECTIVE DE DÉCENTRALISATION

Pour trouver des solutions au centralisme, il faudra construire un système politique qui s'appuie sur la construction d'identités

### Initiatives locales de développement touristique au Pérou

culturelles profondes et renouvelées, qui soit forgé par l'identité populaire et s'articule sur l'organisation autonome et la construction de la citoyenneté autour de problèmes très concrets <sup>2</sup>. L'origine de cette expérience d'organisation se fonde sur la richesse des anciennes traditions andines qui ont développé des méthodes efficaces pour la coexistence de groupes différents. Le grand potentiel social et culturel du Pérou n'est pas exploité. Il faut s'inspirer des traditions pour aboutir à des accords.

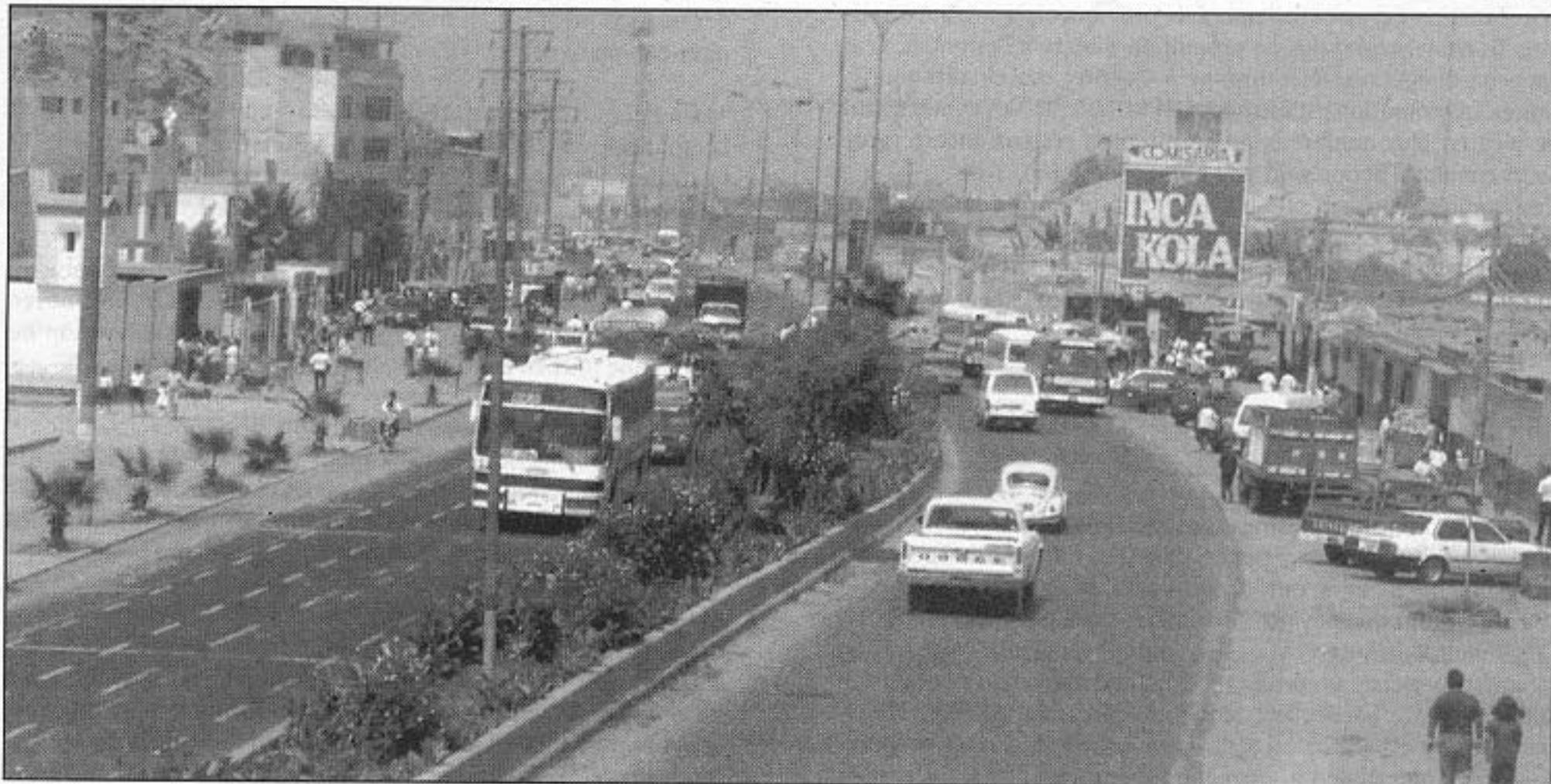
### LES MUNICIPALITÉS : UN POUVOIR MAL EXPLOITÉ

Selon la Constitution de 1993, les municipalités sont un outil d'appui et de promotion à la décentralisation du pays. L'article 191 les définit comme des organes du gouvernement local bénéficiant d'une autonomie politique, économique et administrative dans les matières de sa compétence. Le cadre légal des mairies leur permet d'agir sur le développement touristique, mais peu d'entre elles ont pu faire valoir une entière responsabilité.

Le Pérou compte 194 municipalités de province et 1800 municipalités de district. Sur ces 1800 municipalités, 40 seulement possèdent un département du tourisme pour développer des circuits et les commercialiser. A l'exception de quelques-unes, les municipalités n'ont encore que peu d'incidence sur le développement touristique de leur collectivité car leur ressources financières et humaines sont insuffisantes. Les transferts du gouvernement central aux budgets des municipalités sont très faibles. En 1997, ils ne représentaient que 40% du budget national.

### LES COMITÉS DE TOURISME : UN NOUVEL ORGANE EN FORMATION

Les comités de tourisme sont des organisations de personnes physiques ou juridiques, à caractère associatif dont le but est de canaliser des fonds publics au profit de la collectivité. La plupart



<sup>1</sup> DEL POZO, E : "Organisation paysanne et indigènes en Amérique Latine" ; Ed. Charles Léopold Mayer, 1997.

<sup>2</sup> ANSION, J M : "Centralisation du pouvoir et changement d'attitudes culturelles au Pérou" ; Université Catholique du Pérou ; 1997.



(Photo : Volens)

du temps, ils sont constitués par des entreprises privées ou bien dans un cadre mixte entre les entreprises privées et les gouvernements locaux.

Leur fonction est essentiellement de promouvoir leur zone d'activité. Ils n'envisagent pas de promotion directe à l'étranger. Leur capacité budgétaire les cantonne à élaborer des circuits touristiques. La promotion est assurée par PROMPERU. Ces comités sont de plus en plus nombreux au Pérou, mais restent encore rares. Leurs champs d'action sont peu homogènes.

Ces comités représentent soit une région, soit un département, soit une province. Cette disparité implique qu'il n'est pas rare de trouver dans un même département plusieurs comités de tourisme alors que plusieurs départements n'ont aucun comité de tourisme.

### LES ONG : UN SOUTIEN AUX PROJETS DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Les ONG latino-américaines ont accumulé ces 30 dernières années une grande expérience dans les différents aspects du développement. Elles ont conquis leur propre espace dans la société en tant que noyaux d'initiatives sociales.

Cependant leurs interventions se limitent souvent à l'élaboration de micro-projets : un projet n'est qu'une parcelle d'intervention sur une réalité particulière (environnement, agriculture, tourisme) dans un espace défini (district ou province), sur une population spécifique, étalé sur une période restreinte (3 à 5 ans).

Les approches sont souvent locales et très sectorielles. L'isolement et la fragmentation des projets provoquent une rupture du maillage local dont les incidences mériteraient d'être analysées.

### UN BESOIN DE RÉFORMES : LE TOURISME COMME FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Le tourisme peut constituer un levier pour le développement local. Il permet de dynamiser les activités économiques traditionnelles, il peut être considéré comme un outil d'aménagement global et un moyen de mise en valeur des particularités locales. Cependant il ne constitue pas la panacée pour résoudre les problèmes de développement et toutes les zones n'y sont pas prédisposées. Le tourisme peut être considéré comme un facteur de développement à travers une évaluation rigoureuse du potentiel touristique qui peut justifier les investissements des tous les acteurs. De cette manière il peut s'insérer dans les projets de développement global d'une zone où le tourisme sera un élément clé de soutien et d'appui au développement.

L'idée de fonder un développement sur l'initiative locale est faisable seulement si elle est accompagnée de :

- un soutien technique spécialisé et un développement de savoir-faire et d'autogestion
- une synergie inter-districts, départementale et nationale aux niveaux privés et publics
- un territoire qui vise à un tourisme national et international.

Les risques qu'il faut prendre en compte pour tout développement à partir du territoire local sont :

- le manque de structures qui pourraient fédérer le développement touristique local
- le manque des ressources humaines pour gérer un tourisme à long terme
- la grande dépendance économique vis à vis de la coopération internationale.

Le tourisme au Pérou sera donc un facteur de développement si la zone possède vraiment un potentiel touristique capable d'attirer des flux qui justifient les investissements et si elle arrive à s'organiser en tenant compte des suivants :

#### 1) Une planification stratégique au niveau local

Le tourisme est encore une activité relativement nouvelle et beaucoup de gouvernements locaux et d'entrepreneurs n'ont pas d'expérience en ce domaine. Il est aussi une activité fragmentaire multi-sectorielle.

Les effets du tourisme peuvent s'optimiser grâce à une mise en œuvre économique et spatiale intégrée. Il peut être un moyen d'atteindre des objectifs environnementaux, de conservation du patrimoine tout en évitant des problèmes sociaux.

La planification garantit l'absence de dégradation des ressources naturelles et culturelles, l'amélioration des zones touristiques indépendamment des effets de mode mais flexible à l'égard des tendances du marché. Elle préconise des capacités humaines spécifiques, des organisations, des structures et des stratégies spéciales associées à la dynamique générale d'une zone.

#### 2) Une organisation innovatrice

L'organisation de la zone en question doit d'abord avoir des objectifs clairs, basés sur l'innovation, la qualité et la souplesse. Il est donc préférable d'avoir une vision territoriale plutôt qu'une vision fonctionnelle. Sa stratégie pourra être basée en tirant parti des synergies des multiples petits projets de différents acteurs.

#### 3) Le besoin des structures de coordination et de contrôle

La zone en question doit avoir des structures fédératrices pour le

développement, qui servent à la gestion, la concertation des acteurs, la prise de décisions, le contrôle et la formation de ressources humaines.

**4) Une politique d'offre adaptée au développement local**

Il semble important de développer une politique adaptée à la réalité locale, c'est à dire :

- une politique souple qui prenne en compte le besoin de travailler à tous les niveaux du local, au national.
- une politique qui sélectionne ses projets en fonction de ses objectifs.
- une politique concertée, basée sur la territorialité et donc adaptée aux besoins et carences que présentent la population locale pour pouvoir bien s'intégrer.

**5) Une politique basée sur les acteurs locaux et leur espace**

Les agents de développement ne sont plus les agences de l'Etat. Les agents de développement sont des acteurs capables de faire partie du nouveau système de développement : le pouvoir central, les administrations de l'Etat, les PME, les acteurs sociaux, les bailleurs des fonds qui font pression selon les investissements ou emprunts, les ONG et la population.

**6) Une adéquation produits/offre à la demande**

Il ne suffit pas d'avoir un site ou un produit pour essayer de le vendre. Il faut bien cibler la clientèle de la zone et appliquer une politique territoriale de marketing.

**7) Un équilibre entre le tourisme international et national**

Il est important de penser en même temps au tourisme interne, même si la population ne possède pas un fort pouvoir d'achat. Il faut trouver des moyens pour intéresser la clientèle nationale capable de participer en tant que touriste.

**8) Un mode de gestion basé sur le développement durable**

Les étapes obligées pour la mettre en oeuvre d'un projet touristique sont des études préalables d'opportunité, des études d'impact, de faisabilité (technique, financière, structurelle, environnementale, commerciale).

**UN PROJET DE DÉVELOPPEMENT INTÉGRÉ : PROJET VALLE VERDE**

A 50 Km au Sud de Lima, se trouve la vallée de Lurin qui est composée de huit districts répartis sur trois bassins s'élevant de 50 à 3.200 mètres.

Les contextes sociaux, économiques, culturels et environnementaux sont difficiles. Les activités économiques sont peu diversifiées et la rentabilité agropastorale est basse. Les inégalités sont de plus en plus difficiles à réduire : comme la haute société de Lima s'y implante en nombre, les entreprises immobilières essaient d'acheter des terrains agricoles tandis que les populations rurales pauvres s'engouffrent dans les villes de façon informelle.

A partir de 1999, la vallée essaie de se valoriser à travers un projet de développement mené par deux institutions : OACA (bureau d'études pour l'environnement), une ONG péruvienne et le CEPA (Centre d'Etudes et Projets pour l'Environnement), ONG argentine, toutes les deux membres du Forum Latino-Américain des Sciences de l'Environnement de

l'Unesco.

Le programme VALLE VERDE cherche à intégrer la vallée du Lurin dans les plans de la municipalité de Lima. Ses objectifs sont :

- promouvoir le développement économique local en améliorant la rentabilité de l'activité agropastorale et touristique ;
- incorporer le développement de la vallée dans les politiques et les plans de développement de la province de Lima dans le but de fortifier les politiques d'aménagement territorial et l'utilisation du sol ;
- promouvoir et fortifier l'articulation et l'intégration des acteurs clés pour rendre gouvernable le processus de développement.

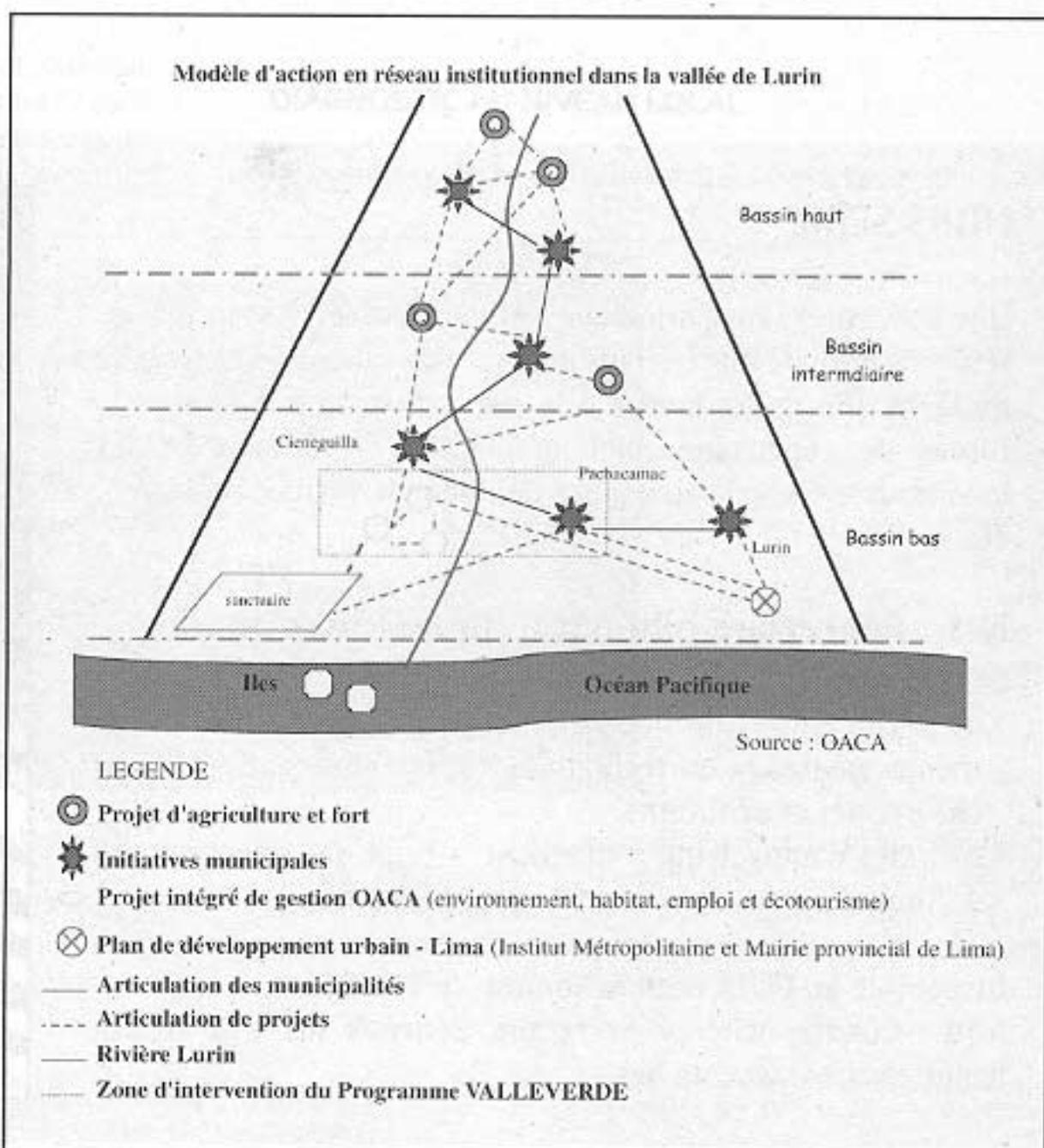
**DEUX PROJETS INTÉRESSANTS SE DÉGAGENT DE CE PROGRAMME :**

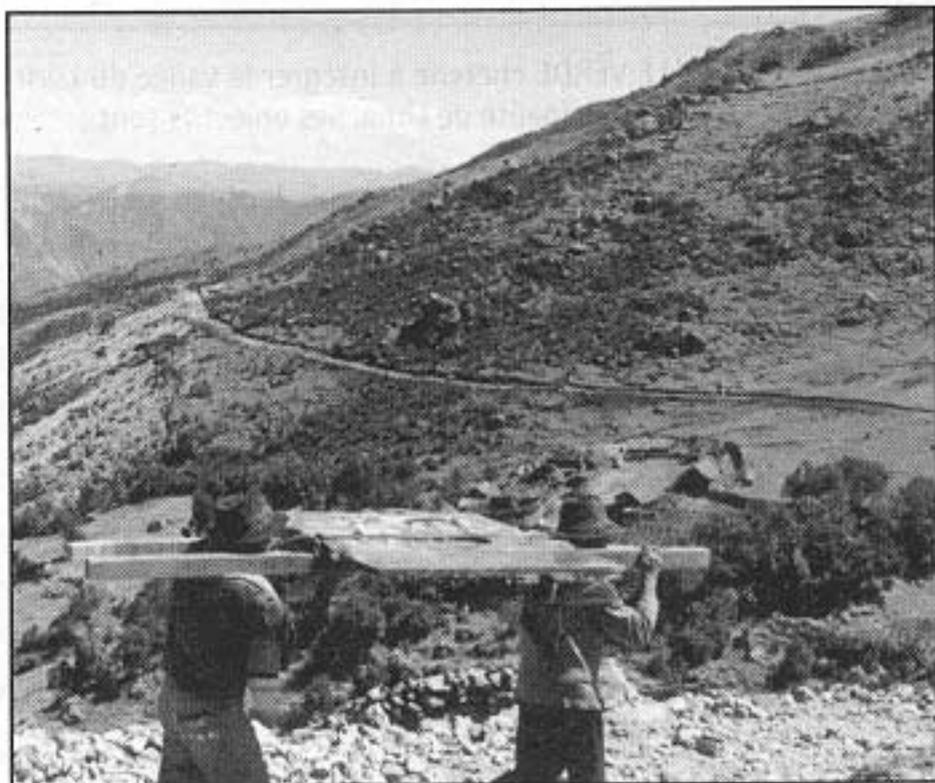
**a) Le projet de réseau institutionnel :**

Ce projet, fédéré par l'ONG OACA, cherche à consolider toutes les actions des différentes institutions dans un modèle de réseau institutionnel. L'OACA fournit le soutien technique et les municipalités, l'aval politique. Le tableau 1 montre le modèle d'action envisagée.

**b) La mise en place de "l'Association des Municipalités de la Vallée de Lurin"**

Sur l'initiative des municipalités, ce projet vise à mettre en place un développement intégré de la vallée à l'aide d'un plan stratégique de développement durable. L'objectif général est de fondre la population et les municipalités dans un noyau de décision et de gestion pour promouvoir le développement local. Ce projet





(Photo : Volens)

cherche à consolider les capacités d'organisation et à exécuter des actions d'intérêt commun (plans, programmes ou projets) au bénéfice des populations urbaines, périurbaines et rurales. Cette association se compose de cinq commissions ou groupes de travail:

- la commission de gestion municipale intégrée et de participation citoyenne,
- la commission de gestion des ressources naturelles et de conservation de l'environnement,
- la commission d'aménagement du territoire et des infrastructures,
- la commission du développement rural et du tourisme, la commission de l'éducation, de la culture et de la communication.

## CONCLUSIONS

Les projets d'initiative locale constituent une nouvelle tendance au Pérou. La question qui se pose est alors de savoir comment intégrer des véritables projets au développement local. Aujourd'hui, les collectivités péruviennes doivent repenser leur développement et les intégrer dans une véritable politique qui bénéficie tant à la collectivité qu'aux populations locales. La création de comités fédérateurs du développement touristique au niveau local est une décision pertinente pour pouvoir arriver à des accords entre le secteur public et privé. Aussi ces organismes prendront en charge la stratégie du développement local.

La possibilité de créer des Offices de Tourisme inter-districts reste une proposition logique pour organiser l'offre locale. Le financement de ces organismes doit être affiné.

## HORS SERIE

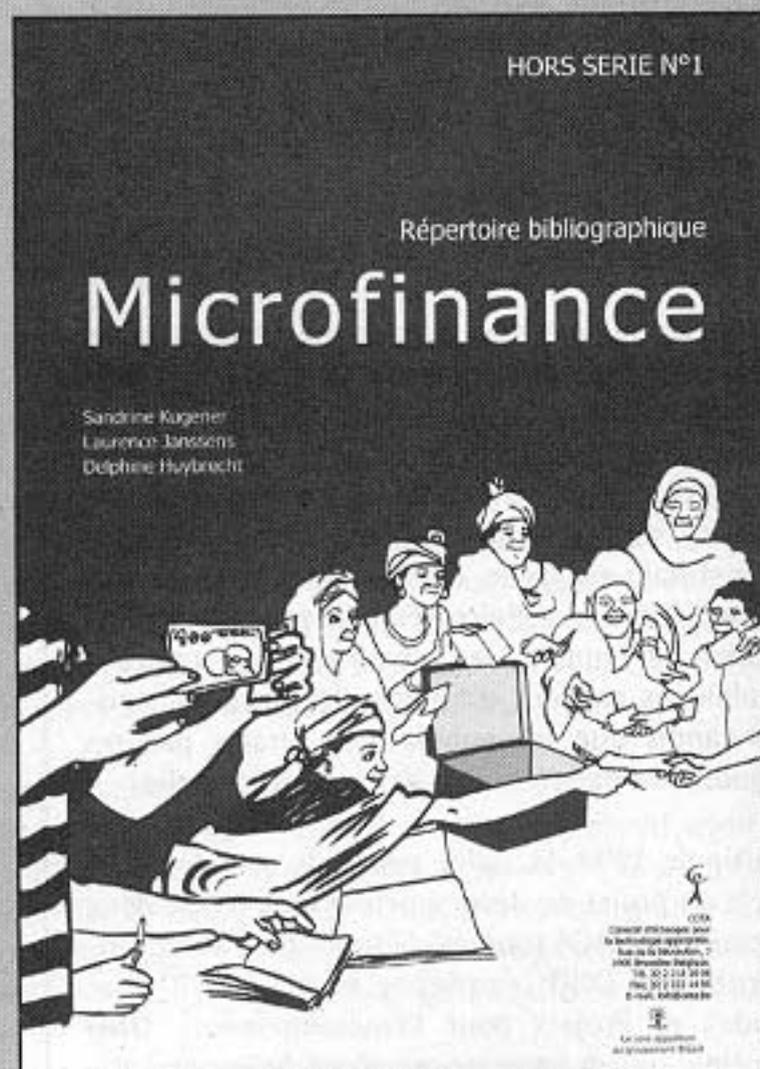
Une collection sans périodicité définie destinée à valoriser les résultats et/ou le matériel utilisé pour les recherches et travaux du COTA afin de les mettre à la disposition du public, sous la forme de répertoires bibliographiques, recueils d'articles inédits, dossiers spéciaux, bases de données, récits de missions, etc.

### N°1 : Répertoire bibliographique Microfinance

Des références :

- de documents et de sites Internet classés selon une série de thèmes généraux ou techniques qui intéresseront praticiens chevronnés et débutants,
- d'études d'impact qui s'adressent à ceux qui orientent des politiques ou des actions de développement.

Disponible au COTA pour la somme de 100 BEF  
Info : Colette Acheroy, Secrétaire Générale (02 218 18 96)  
(colette.acheroy@cota.be)



# Écotourisme au Venezuela\*

Le projet mis sur pied en 1997 par le PAT (Programa Andes Tropicales, fondation vénézuélienne) et l'ACDST (Association pour la Coopération au Développement par les Sciences et les Techniques, ONG belge) et cofinancé par la DGCI voulait promouvoir le développement d'un tourisme écologique auprès de sept communautés andines afin de les amener à s'approprier les potentiels jusqu'alors inexploités des parcs nationaux.

Ce projet aura débouché sur l'aménagement de huit circuits d'excursions, la création d'un réseau touristique doté de services d'hébergement, de guides, de transports, de restauration, autour desquels ont pu se greffer diverses activités annexes, comme l'artisanat.

## DIAGNOSTIC DE DÉPART AUX NIVEAUX NATIONAL ET RÉGIONAL

Les richesses naturelles et les sites du Venezuela offrent d'énormes potentiels pour le développement touristique. Il aura pourtant fallu attendre les années 90 pour que le pays s'engage sur le marché touristique international avec des produits de type "soleil et plages", surtout destinés au tourisme de masse. Jusqu'à très récemment, l'Etat s'est désintéressé du tourisme thématique. L'offre manque de diversité et les services de base font défaut. La crise économique aidant, c'est surtout une formule de tourisme domestique qui s'est imposée comme unique alternative destinée aux classes moyennes vénézuéliennes. Déjà très prisée par les visiteurs internationaux, la région des Andes est devenue la première destination touristique nationale.

Plus d'un million de touristes y pratiquent chaque année un tourisme familial. Les services offerts se concentrent à proximité des routes principales. Le marché touristique andin est principalement entre les mains d'entrepreneurs citadins : les communautés rurales n'en bénéficient pas. En outre, le tourisme y est saisonnier. La transition est de courte



durée entre la basse et la pleine saison. Cette dernière coïncide avec les périodes de vacances et s'étale sur une centaine de jours par an.

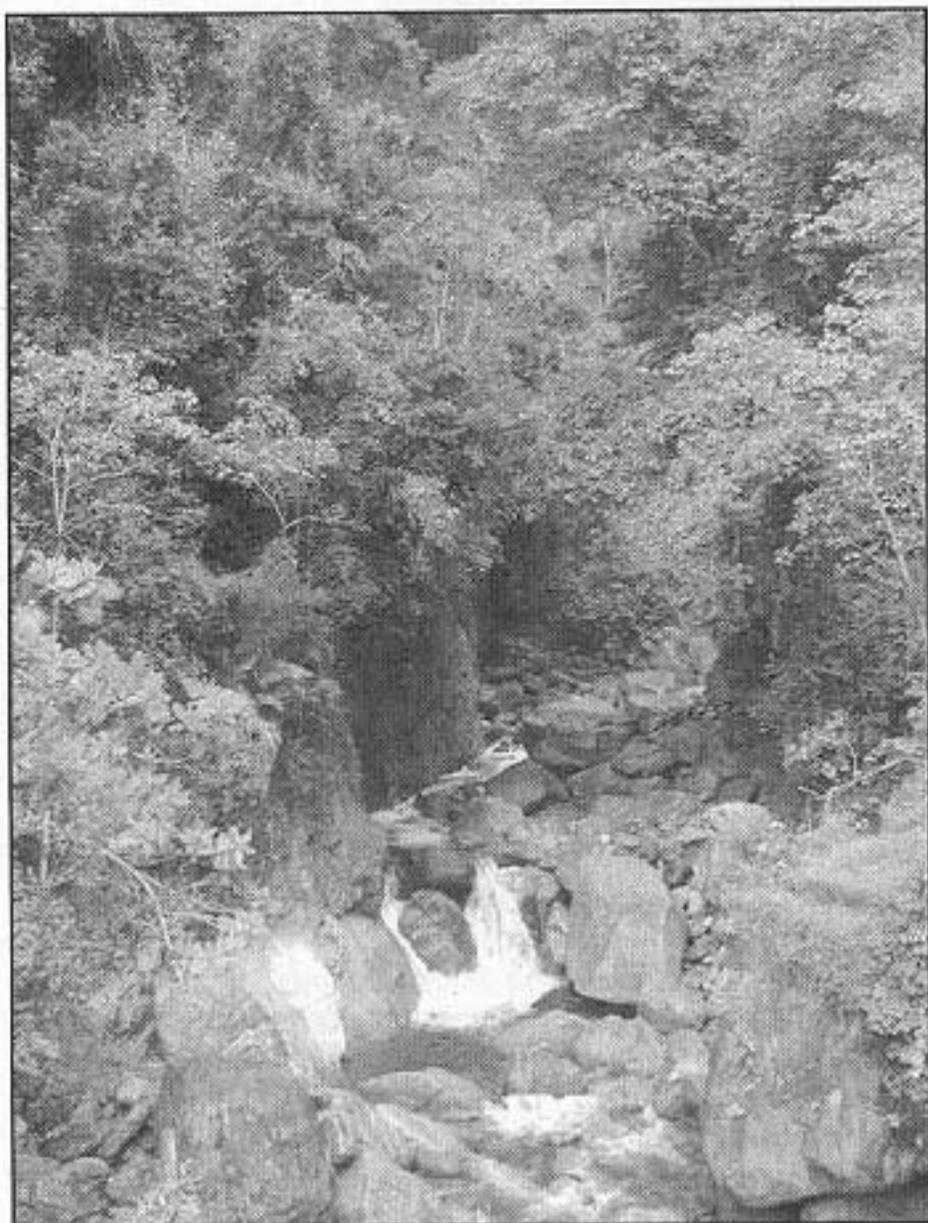
Avec ses sites et ses deux parcs nationaux, la région pourrait pourtant permettre le développement d'un tourisme axé sur la découverte du paysage andin tropical. Une valorisation adéquate constituerait une alternative pour le développement micro-économique des communautés rurales.

## DIAGNOSTIC AU NIVEAU LOCAL

De nombreux obstacles s'opposaient au développement d'activités touristiques : absence d'infrastructures, d'implantations touristiques, d'informations disponibles sur les lieux ayant des potentiels touristiques, de cartes, de guides, de livres et autres outils de promotion. Il n'existait aucun service touristique d'hébergement ou de restauration, permettant les excursions dans les zones protégées. L'expansion touristique de celles-ci était encore limitée par le mauvais état général des routes.

Pourtant les potentiels étaient immenses pour le développement de l'écotourisme : le milieu naturel était en grande partie préservé et l'Administration de l'Institut National des Parcs (INPARQUES) se montrait très favorable à la promotion du tourisme sur les zones placées sous sa responsabilité. Il semblait possible de concevoir des excursions sur des périmètres réduits mais riches en découvertes.

\* Le projet décrit dans ces pages n'est sans doute pas aussi abouti dans les faits que le ton général de l'article ne le laisse supposer. Certaines affirmations doivent encore être éprouvées sur le terrain et donc être prudemment considérées. Les principes avancés et la démarche proposée nous ont toutefois semblé digne d'intérêt. Nous les soumettons donc à votre appréciation accompagnés d'un bref commentaire rédigé par nos soins et destiné à les relativiser.



Sur base de tous ces constats, le PAT a planifié les principales activités et améliorations à apporter dans la zone. Cela aura contribué à faire ressentir la nécessité de créer une série de circuits d'écotourisme qui valorise l'ample variété des ressources de la zone tout en impliquant les différentes communautés andines. Celles-ci étaient marginalisées et souffraient économiquement des limites que les zones protégées imposaient à l'expansion agricole.

### IDENTIFICATION DES ÉLÉMENTS TOURISTIQUES DE LA ZONE

Pour établir la stratégie de développement touristique et les actions de sensibilisation et de promotion qui en découlent au niveau communautaire, il s'est avéré nécessaire d'identifier, de valoriser et de cartographier les éléments fondamentaux du système touristique analysé. Ces éléments furent:

- les attractions touristiques: éléments naturels et culturels pouvant être visités,
- les éléments de liaison, les axes de transit et d'accès pour le visiteur (à pied, en voiture, à cheval, etc.),
- les services offerts au visiteur le long des axes d'accès et les sites d'attraction touristique.

L'étape d'identification des attractions et des axes de liaison doit coïncider avec celle qui planifie le développement des services touristiques offerts au niveau des communautés. Ces communautés doivent participer activement à la valorisation de leur patrimoine. Elles participent aux inventaires d'attractions et des éléments de liaisons.

L'identification et la planification mirent à profit des techniques modernes de cartographie digitale et l'établissement de bases de

données. Un personnel spécialisé dans la planification touristique a pu être formé grâce au système INFOGEO (voir tableau).

### OBJECTIFS ET PLANIFICATION DU PROJET

En premier lieu le projet consista en une sensibilisation des communautés rurales sur les potentiels du tourisme écologique et rural comme source alternative d'emplois et de revenus. Une formation fut dispensée par la suite pour indiquer aux communautés les moyens de profiter de la demande touristique croissante au niveau régional. Un "Fonds de Crédit Vert" fut créé pour consolider un réseau autogéré de services.

### LE "CRÉDIT VERT" POUR LE TOURISME ÉCOLOGIQUE ET RURAL

Le "Crédit Vert" doit jouer un rôle fondamental. Pour sélectionner les communautés y ayant accès, il a été tenu compte des caractéristiques suivantes:

- l'agriculture est l'activité principale de la communauté
- cette dernière réside dans une zone protégée,
- il y a conflit entre le schéma de développement communautaire et l'administration des zones protégées,
- la proximité avec d'autres communautés similaires (de façon à constituer un réseau de circuits d'excursion).

### SENSIBILISATION ET PROMOTION DES PROJETS D'ÉCOTOURISME

Dans chaque communauté sélectionnée, des ateliers de sensibilisation sont organisés sur l'écotourisme. Cela permet d'identifier les leaders communautaires en vue de la création d'une association de microentreprises d'écotourisme. Des débats et des ateliers sont également organisés sur les différents types de micro-entreprises d'écotourisme que les intéressés peuvent réaliser. Les secteurs proposés sont :

- l'hébergement rural
- les aires de camping avec services de bases
- la restauration
- les services de guide
- la location de chevaux
- les services d'information
- la vente d'artisanat et de souvenirs



## PHASES DE PLANIFICATION

Activité	Acteurs	Résultats/produits
Planification du développement touristique rural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INFOGEO (Unité de cartographie digitale et de télédétection du PAT)</li> <li>• Autorités locales (communes et corporations)</li> <li>• Techniciens du PAT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartographie de la zone de travail</li> <li>• Base de données associées aux cartes</li> <li>• Inventaire et cartographie des principales attractions touristiques</li> <li>• Inventaires et cartographie des moyens d'accès</li> <li>• Inventaire des services touristiques existants</li> <li>• Inventaire et cartographie des moyens d'accès et des services à développer</li> <li>• Plan de base de développement touristique</li> </ul>
Sensibilisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Associations civiles</li> <li>• Autorités locales</li> <li>• Population</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Susciter de l'intérêt des populations</li> <li>• Information générale sur le thème</li> <li>• Stimulation des autorités locales et associations</li> <li>• Création des groupes de direction</li> </ul>
Consolidation et direction des associations civiles locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Associations civiles</li> <li>• Autorités locales</li> <li>• Population</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information des associations civiles sur les modalités et conditions d'accès au "Fonds de Crédit Vert".</li> <li>• Formation et induction à la création de nouvelles associations.</li> </ul>
Promotion du développement de services touristiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Associations civiles</li> <li>• Autorités locales</li> <li>• Population</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identification des bénéficiaires potentiels en fonction des projets/services identifiés.</li> </ul>
Formation des candidats	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Candidats présélectionnés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation à l'élaboration de projets, le crédit et l'assistance technique.</li> </ul>
Elaboration de projets techniques et évaluations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Candidats présélectionnés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projets élaborés avec les évaluations techniques et les études de viabilité.</li> </ul>
Approbation des projets	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Candidats présélectionnés</li> <li>• Comité de crédit</li> <li>• Associations civiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approbation des projets</li> </ul>
Réalisation de projets/services	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• Bénéficiaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services touristiques opérationnels.</li> </ul>
Réalisation des liaisons	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Techniciens du PAT</li> <li>• INFOGEO</li> <li>• Bénéficiaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moyens de liaison cartographiés, signalisés</li> </ul>
Appui à la commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unité d'appui à la commercialisation</li> <li>• Bénéficiaires</li> <li>• Agences de voyages</li> <li>• Offices régionaux du tourisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cartes et guides touristiques</li> <li>• Feuilles de promotion</li> <li>• Contacts promotionnels et diffusion commerciale</li> <li>• Système de réservation</li> <li>• Page WEB</li> <li>• Interactions avec des ONG européennes et des opérateurs touristiques pour la promotion des produits touristiques.</li> <li>• Lots intégraux incluant les services au tourisme rural.</li> </ul>

## Ecotourisme au Venezuela

Sur bases de critères techniques et financiers, les projets sont pré-sélectionnés et les candidats au crédit reçoivent une formation.

### APPROBATION DES PRÉ-PROJETS, ÉTUDES DE FAISABILITÉ ET CONTRATS DÉFINITIFS

Une fois accompli le cycle de formation, les projets sont soumis à une étude et à l'assessorat du groupe de travail du PAT. Cette phase permet de finaliser les projets. Les plans de financements sont arrêtés et les termes des contrats fixés.

### ELABORATION DES MOYENS DE LIAISON ENTRE MICRO-ENTREPRISES

Pour établir la plate-forme touristique dans laquelle opéreront les différentes micro-entreprises, des moyens de liaison tels que des routes d'excursions, des sites spéciaux d'attractions sont mis en place.

### PARTICIPATION DE LA FEMME ET DES ORGANISATIONS DE BASES

50% des demandes de crédit viennent de femmes entre 35 et 50 ans. L'activité touristique requiert un haut degré d'attention. Les femmes s'y consacrent avec constance et fierté. Les activités touristiques permettent la participation active des femmes dans la société et contribuent de manière significative à rehausser l'estime qu'elles ont d'elles-mêmes.

Les organisations de base auront également un rôle fondamental à jouer. Elles représenteront le principal élément qui devrait garantir la continuité institutionnelle du projet.

Une association a été créée pour gérer les activités écotouristiques. Elle doit permettre de garantir la cohérence fonctionnelle et administrative des entreprises créées. Elle devrait faciliter également la mise en place d'un système de garantie solidaire pour les crédits.

Elles sont censées participer également au comité de crédit du projet. Elles offrent les garanties associatives nécessaires pour chaque prêt approuvé et doivent veiller au respect des obligations contractées par chaque bénéficiaire.

### MARCHÉ TOURISTIQUE

Le PAT appuie la commercialisation des divers produits écotouristiques par la réalisation de brochures spécialisées. Il a constitué des lots de produits qui sont présentés aux entreprises spécialisées et aux agences touristiques nationales et internationales. Cela dynamise le commerce des micro-entreprises. Le réseau des communications communautaires (REDCOM) mis en place par le PAT permet d'assurer la communication entre les communautés, favorise la coordination et sécurise les opérations.

Le PAT fonctionne comme une agence de tourisme thématique. Il se charge des réservations et de la rétribution des micro-entreprises.

### CONTRÔLE DE L'IMPACT ET DURABILITÉ

En accord avec les objectifs de durabilité écologique du projet, les bénéficiaires du projet sont sensibilisés et formés pour minimiser

les conséquences néfastes de leurs activités sur l'environnement. De son côté, INPARQUES a évalué et réglementé les impacts de ces activités de façon à assurer la durabilité du développement touristique régional.

Le succès commercial du réseau de services touristiques est directement proportionnel à la diversité et à la qualité des services offerts au niveau des communautés.

Le "Fonds de Crédit Vert" a permis d'augmenter le nombre de services touristiques disponible sur le marché dans une zone géographique étendue, ce qui a consolidé la vocation touristique de la région et devrait permettre d'assurer la régularité des revenus insufflés dans le système.

Il appartient désormais à l'association de maintenir les activités et de consolider le réseau. Le catalyseur qu'est le PAT s'écartera peu à peu jusqu'à ce que la durabilité complète du système soit assurée.

#### Une récente évaluation externe de ce projet a permis de mettre en lumière les éléments suivants :

- un système écotouristique sera toujours tributaire d'éléments extérieurs sur lesquels il a peu ou pas d'emprise. Dans le cas présent, la crise économique aigüe qu'a traversé le Venezuela ces dernières années et la catastrophe climatique de Vargas (pluies torrentielles et glissements de terrain ayant provoqué des milliers de victimes) ont débouché sur une chute des flux touristiques, tant nationaux qu'en provenance de l'extérieur. Le système mis en place a donc souffert très jeune de ces problèmes extérieurs.
- la mise en place de ce système écotouristique intégré comme source de revenu complémentaire revient en fait à l'introduction d'une nouveauté depuis l'extérieur au sein d'un milieu rural dont l'activité est essentiellement agricole et qui se caractérise par ailleurs par un individualisme tenace. Comme tout processus de changement en zone rurale, celui-ci démarre grâce aux quelques entrepreneurs innovateurs, disposés à prendre des risques et ayant la capacité de supporter un échec éventuel. Il est donc prématuré de parler de développement communautaire.
- un fonctionnement décentralisé, au plus près des communautés et des bénéficiaires est indispensable afin de favoriser leur implication et participation au projet, et donc l'appropriation future des activités et moyens mis en œuvre.
- les véritables bénéficiaires directs du projet, jusqu'à l'heure actuelle, sont les micro-entrepreneurs qui ont bénéficié d'une formation puis d'un crédit pour lancer leur activité. L'extension de cette population bénéficiaire demandera encore plusieurs années de travail. Au nombre de 21 et répartis au sein de 4 communautés, ils permettent à présent la constitution de ce réseau intégré, qui sera normalement appelé à s'étoffer au fil du temps.
- la création d'emplois annexes, induits par le développement de cette nouvelle activité économique, est encore très faible : le volume d'activité est encore peu important, principalement à cause des facteurs extérieurs mentionnés ci-dessus.
- enfin, en matière de crédit, il apparaît que les investissements lourds, tels que l'infrastructure de logement ou de restauration, représentent une charge très importante pour les économies familiales. Les plans de remboursement ont du être renégociés et adaptés aux saisons touristiques, le montant de chaque remboursement dépendant également du chiffre d'affaire réalisé.
- afin de maximiser les résultats et impacts positifs du projet, il est important de poursuivre l'action entreprise et de veiller à l'appropriation de l'activité par les communautés. Un travail à moyen terme, de 5 à 6 ans minimum, semble nécessaire pour assurer la durabilité et la viabilité des structures et activités mises en place.

# Le tourisme: une stratégie de lutte contre la pauvreté au Kenya

SAMEL KARETHI\*

**Le tourisme peut contribuer à la croissance économique d'un pays en développement mais seule une approche spécifiquement orientée sur les besoins des plus pauvres influera sur la réduction de la pauvreté. Les principales tentatives kenyanes.**

Dans de nombreux pays en développement, le tourisme est perçu comme la panacée susceptible de compenser la crise du secteur agricole, la faible industrialisation, le manque d'infrastructures, le chômage, etc. Il passe pour l'option permettant de répondre le plus aisément aux défis du développement. On reconnaît généralement son rôle dans la création de bénéfices économiques, la stimulation du secteur privé, la conservation de l'environnement et la protection animale, le développement rural des régions reculées. Toutes les attentes sont exprimées en terme de d'emplois et de devises. Aucune de ses approches ne se focalise sur les intérêts des plus pauvres, dont les aspirations sont plus étendues et complexes.



(la majorité des pauvres de cette planète sont des femmes) et valorise les ressources naturelles et culturelles, lesquelles sont en un sens les seuls biens des pauvres.

D'un pays à l'autre ou d'une région à l'autre, ces avantages varient bien sûr dans leur dynamique, leur magnitude ou leurs degrés de développement. Au Kenya, où le taux de pauvreté avoisine les 45%, ces avantages peuvent être largement illustrés. Plusieurs projets s'emploient à réduire la pauvreté et à améliorer la vie des communautés pauvres tout en préservant l'environnement. Les communautés entourant la plupart des grandes réserves nationales sont engagées dans des efforts communs pour développer le tourisme de façon à ce qu'il profite à l'améliora-

tion de leur existence.

Autour du Massai Mara, le Koiyaki Lemek Group Ranch est une communauté Massai locale qui partage ses pâturages avec la faune sauvage. Après s'être acquitté d'un droit d'entrée, le touriste peut y pénétrer pour y observer les animaux. Le groupe a désigné un comité de chefs locaux qui organise la perception des droits d'entrées. La communauté tout entière décide quels projets sont alimentés par les fonds récoltés. L'argent est utilisé pour construire des écoles, des cliniques, des centres de soins pour le bétail, mais aussi pour améliorer l'état des routes et l'accès des touristes. Le tourisme aide la communauté à accéder à des services que l'Etat n'est pas en mesure de lui fournir et lui permet de s'armer peu à peu pour contrer la maladie et la pauvreté.

## LE TOURISME PEUT-IL RÉELLEMENT RÉPONDRE AUX BESOINS DES PLUS PAUVRES ?

Le tourisme entraîne des effets particuliers favorables au développement d'activités orientées vers les plus pauvres :

- l'afflux de consommateurs,
- la diversification de l'économie locale,
- l'usage de zone reculées avec peu de ressources,
- les opportunités d'emplois en rapport avec d'autres activités non-agricoles.

D'autres avantages sont encore perceptibles dans le fait notamment que le tourisme favorise l'emploi de nombreuses femmes

\* Consultant et chercheur à l'Université de Luton, Section Tourisme, RU.

## AUTRES PROJETS COMMUNAUTAIRES

### *Mwalunganje Elephant Camp (Duruma Community)*

Afin d'augmenter ses revenus, la communauté préserve un groupe d'éléphants dans son cadre naturel, pour l'observation et la photographie.

### *Oi Choro*

Des propriétaires se sont associés avec un partenaire actif dans l'écotourisme pour inciter les touristes à payer pour venir voir les animaux de leurs propriétés.

### *Joy Adamsons Camp*

Une communauté Samburu collabore avec le Conseil Local pour établir des coopératives regroupant des populations parmi les plus pauvres, coopératives ayant pour vocation de les aider à valoriser sur le marché touristique, leur culture et leur région.

### *Olangelai Cultural Village*

Un centre culturel où les villageois exposent leurs richesses culturelles par les arts (danse, dessin, peinture, cuisine, etc.). Les touristes sont encouragés à entrer en contact avec ces manifestations d'une autre culture. Les fonds récoltés pour les services sont consacrés à l'édification de projets communautaires qui rencontrent les besoins locaux.

Malgré les conséquences négatives comme l'érosion culturelle ou la dégradation de l'environnement, ces communautés sont à même d'améliorer leurs conditions de vie grâce aux ressources touristiques. Des ONG interviennent pour les aider à minimiser les impacts néfastes, par des formations appropriées et des actions de sensibilisation, en particulier dans la conservation des communautés et l'élimination des conflits de cohabitation entre humains et animaux.

## QUEL CADRE CONCEPTUEL POUR LE TOURISME EN FAVEUR DES PAUVRES ?

Les besoins des pauvres sont très divers et un cadre touristique en faveur des plus pauvres doit pouvoir les distinguer. Le champ des impacts du tourisme sur les pauvres variera grandement, certains en bénéficieront plus que d'autres. Aussi, devra-t-on veiller à la juste répartition des bénéfices entre membres d'une communauté.

La stratégie doit prendre en compte plusieurs facteurs :

- L'impact et les profits seront très différents pour les hommes et les femmes, les pauvres et moins pauvres. Les plus pauvres doivent être visés. Les améliorations générales comme celles apportées aux routes ou aux télécommunications pour le tourisme bénéficieront davantage aux plus démunis.
- Les stratégies doivent renforcer les opportunités économiques des plus pauvres. Cela peut être fait en engageant davantage ces derniers dans les processus de décision, à travers le renforcement de la communauté et l'élimination des barrières qui empêchent la participation.
- Il est important de multiplier des réseaux d'acteurs touristiques où se rencontrent les plus pauvres, les sociétés, les représentants du gouvernement, pour que la pauvreté demeure au centre des préoccupations de tous les intervenants.
- Il faut une sensibilisation pour un tourisme en faveur des pauvres à tous les niveaux du secteur touristique. Les touristes doivent apprendre qu'ils peuvent contribuer à la réduction de la pauvreté, par exemple, en achetant de préférence aux pauvres qu'aux boutiques des rues principales.

- Il faut créer des points d'entrée permettant aux pauvres de s'impliquer dans le tourisme : un accès au crédit, des formations en affaires, en gestion, etc.

Plusieurs principes doivent encore être respectés :

- Les plus pauvres doivent être impliqués dans les prises de décisions. Ils doivent pouvoir influencer l'industrie touristique, dominée par le secteur privé.
- Il faut étudier la façon dont le secteur peut affecter tant économiquement, que socialement ou culturellement, le pauvre et son environnement.
- Il faut une juste répartition des profits.
- Les populations les plus démunies doivent garder le contrôle de leurs ressources, et être capables d'en maîtriser les bénéfices.
- Elles doivent pouvoir obtenir des compensations en échange par exemple des terres qu'elles laissent à disposition des animaux ou pour la perte du bétail qui aura été tué par des prédateurs sauvages.
- Dans la mesure où certains aspects du tourisme les fragilisent, les populations les plus pauvres doivent être rétribuées.

Toutes perspectives que le tourisme peut amener en faveur des plus démunis ne peuvent être ouvertes que si les stratégies adoptées influencent à la fois les actions et les politiques de développement du tourisme.

Le renforcement des plus pauvres doit non seulement aboutir à leur implication dans les prises de décisions mais aussi déboucher sur la prise en compte de leurs véritables préoccupations concernant leur bien-être. Le tourisme doit s'appuyer sur des calendriers spécifiques, analyser les besoins et les gérer avec les populations concernées.

Une stratégie touristique en faveur des plus pauvres doit reposer sur des politiques durables qui contribuent à l'édification d'environnements macroéconomique, politique et culturel dans lequel le travail de ces derniers dans les régions touristiques pourra être soutenu.

Il n'est pas question de négliger les autres activités oeuvrant en faveur de la réduction de la pauvreté (projets sanitaires, éducatifs, ou ayant trait à la production alimentaire). Un tourisme en faveur des pauvres doit justement stimuler et compléter ces autres approches.



# Tourisme et développement à Samoa\*. Stratégies et formations

PERIVE LENE ET JOHN BARTHAM\*\*

**Le gouvernement samoan veut faire du tourisme un axe majeur de sa stratégie économique. L'objectif : développer le secteur tout en le conformant aux traditions samoanes.**

Jusqu'à présent, la politique en faveur du secteur a porté en priorité sur :

- 1) La promotion et le marketing de l'archipel par :
  - la mise en oeuvre d'un plan d'action pour la promotion du tourisme 1998-2001,
  - l'organisation d'événements nationaux, régionaux et internationaux comme par exemple l'élection de miss Pacifique, la commémoration du nouveau millénaire, la tenue de compétitions sportives, etc.
  - la réalisation d'un film pour la promotion du tourisme Samoan (lequel a d'ailleurs remporté trois prix internationaux).
- 2) L'augmentation des infrastructures et la mise en valeur des attractions par :
  - la restauration, ces deux dernières années, des infrastructures et des formules d'hébergement traditionnelles sur les plages pour mieux répondre aux divers marchés possibles (plongée, surf, etc.),
  - la mobilisation des communautés villageoises dans la campagne nationale d'embellissement et de mise en valeur des sites touristiques,
- 3) Le renforcement des partenariats entre secteurs public et privé dans le développement de la stratégie touristique.
- 4) La mise en oeuvre d'un programme de formation pour le tourisme et l'accueil, qui répond aux besoins de l'industrie touristique dans les domaines de l'entretien ménager, de la restauration et des visites guidées.
- 5) L'amélioration de la recherche et des informations statistiques.

## TOURISME DURABLE

Le gouvernement souhaiterait établir un environnement favorable et attrayant pour l'investissement touristique avec des services hôteliers de grande qualité qui contribuent à ce que d'ici cinq ans le nombre de touristes augmente de 15 % et que celui des nuitées grimpe de 25%.

Il est important bien sûr de faire en sorte que les dépenses des visiteurs augmentent mais la forme de tourisme vers laquelle on cherche à tendre est tout de même un tourisme "d'écoloisir". Celui-ci doit être à la fois informatif, éducatif, divertissant et relaxant. Ce doit être un tourisme culturel, basé sur la nature. Il doit être emprunt de l'identité polynésienne et mettre en valeur les spécificités d'accueils samoanes.

Pour parvenir à mettre en place pareil stratégie, il convenait de développer des partenariats plus étroits entre le Bureau gouvernemental du tourisme, l'industrie touristique et l'université de Samoa.

Sur le plan du marketing, cela implique encore :

- de faciliter la coordination entre opérateurs touristiques étrangers et transporteurs pour meilleure promotion de la destination et la mise en place d'activité promotionnelles communes,
- d'augmenter en particulier la visibilité de la destination sur les marchés des longs et moyens courriers,
- de promouvoir une approche de l'industrie qui s'appuie sur des prospections et des études de du marché.

Il faut développer le produit en :

- promouvant et en facilitant le développement de sociétés de tourisme de qualité et plus particulièrement les PME des zones rurales côtières,
- promouvant des produits "d'écoloisir" qui capitalisent l'héritage naturel et culturel samoan,
- encourageant le soutien national pour le tourisme à travers des programmes de sensibilisation qui contribuent à maintenir Samoa dans sa position de destination la plus propre, la plus verte, la plus colorée, la plus sûre et amicale,
- développant des ressources humaines par des formations qui visent à l'amélioration de la qualité du tourisme et des services à la clientèle,
- aidant au développement durable du secteur touristique par des techniques de suivi qui identifient les améliorations propres à maintenir la qualité des ressources naturelles et culturelles qui sont la base du tourisme.

\*Samoa est un archipel du Pacifique Sud composé de six îles. Les deux principales sont : Upolu, sur laquelle se trouve Apia, la capitale et Savaii. L'archipel compte 250.000 habitants, dont 35.000 sur Apia.

\*\*Perive lene est secrétaire exécutif de Samoa Polytechnic (ptlene@sampol.samoa.net.ws). John Bartham, spécialiste en éducation, TVET, Commonwealth of Learning (jbartram@col.org).

## LA FORMATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

L'université de Samoa est la seule institution de l'archipel qui fournisse une formation en matière de tourisme et d'accueil. La première difficulté à laquelle elle a été confrontée résidait dans le fait que la population était disséminée sur les six îles de l'archipel. Il a fallu mettre au point des méthodologies de formation à distance.

Ainsi, les techniques de vidéo numériques ont été mises à profit. Pour un coût relativement faible, ces techniques, facilement manipulables par les instructeurs et autres enseignants, permet la conception de cours vidéos ayant un impact plus grand sur l'auditoire que les cours *ex cathedra* classiques.

D'autres productions vidéos ont pu être réalisées pour illustrer des kits pédagogiques. Chacun de ces kits s'adresse à un acteur particulier du tourisme samoan. Le premier d'entre eux s'adressait par exemple aux propriétaires de fales (de petites entreprises qui fournissent du matériel et des services sur les plages). Il est important que leurs contenus soient sociologiquement et culturellement adaptés aux besoins spécifiques des populations. C'est une des raisons pour lesquelles, ils sont conçus pour être traduits à moindre coût. Ils reposent sur des niveaux d'expression simples où les illustrations graphiques, vidéos, les études de cas et autres données locales jouent un rôle primordial.

L'université a aussi intégré un vaste programme régional spécifiquement destiné à la conception d'outils de formation à distance en matière de tourisme et d'accueil. Plusieurs pays sont impliqués qui se répartissent les frais de recherche. Ce projet est coordonné par le "Commonwealth of Learning".



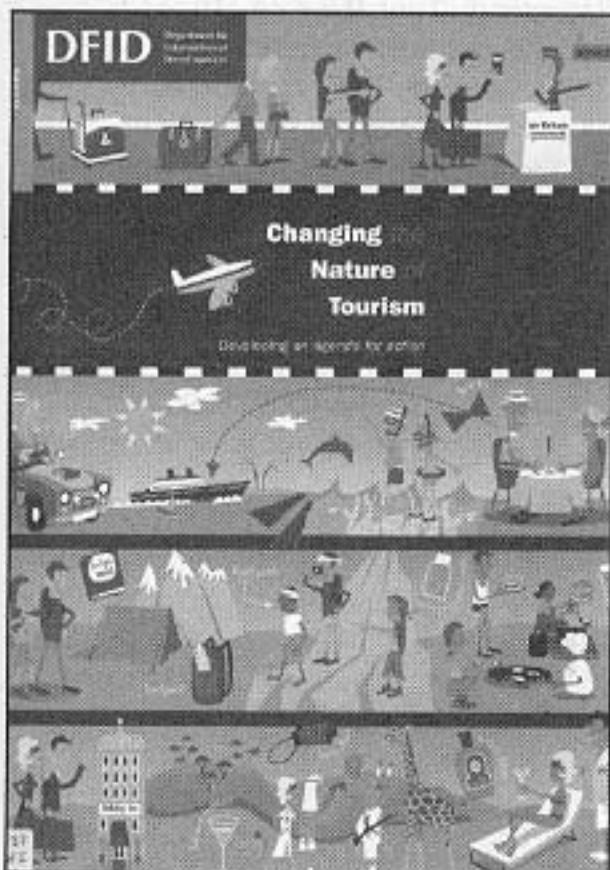


# Chronique de livres

## Recherche sur le thème du trimestre

### PARCS NATIONAUX / RESERVES NATURELLES

**CHANGING THE NATURE OF TOURISM: DEVELOPING AN AGENDA FOR ACTION**  
DFID, Londres. - Coll. : DFID Issues  
Cote SATIS: 137/DFI/c



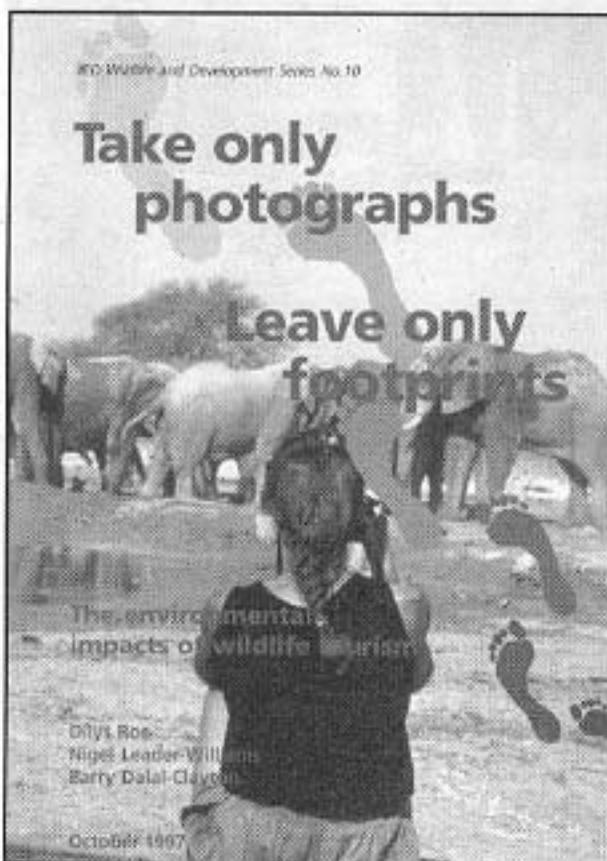
**MANAGEMENT OF WILDLIFE, TOURISM AND LOCAL COMMUNITIES IN ZIMBABWE**  
McIvor C. - UNRISD, Genève, 1994, 45 p. -  
Coll.: Discussion paper, n° 53  
Cote SATIS: 137/UNR/m

**REALITY OR RHETORIC?: ECOTOURISM AND RURAL RECONSTRUCTION IN SOUTH AFRICA**  
Koch E., UNRISD, Genève, 1994, 58 p. -  
Coll.: Discussion paper, n° 54  
Cote SATIS: 137/UNR/r

**ECOTOURISM AS A CONSERVATION INSTRUMENT: MAKING CONSERVATION PROJECTS MORE ATTRACTIVE**  
German Federal Ministry for Economic Cooperation and Development, Bonn, 1995

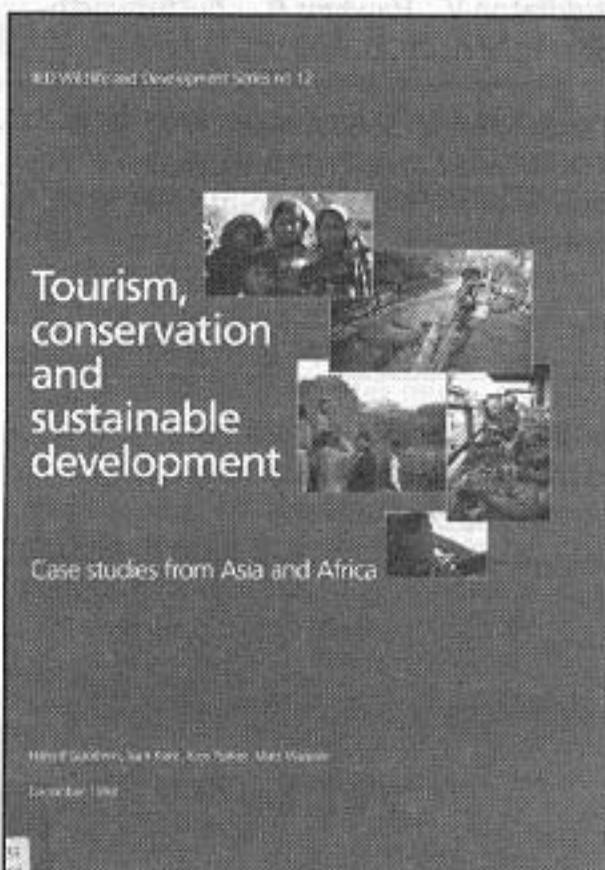
**TAKE ONLY PHOTOGRAPHS, LEAVE ONLY FOOTPRINTS: THE ENVIRONMENTAL IMPACTS OF WILDLIFE TOURISM**  
Roe D., Leader-Williams N., Dalal-Clayton B. - IIED, Londres, 1997, 83 p.

Coll. : IIED Wildlife and Development series, n° 10  
Cote SATIS: 137/ROE/t



### ETUDES DE CAS

**DEFENDING OUR RAINFOREST: A GUIDE TO COMMUNITY-BASED ECOTOURISM IN THE ECUADORIAN AMAZON**  
Wesche, Drumm - TIES (The International Ecotourism Society), 1999



**TOURISM, CONSERVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT: CASE STUDIES FROM ASIA AND AFRICA**  
Goodwin H., Kent I., Parker K., Walpole M. - IIED, Londres, 1998, 88 p.  
Coll. : IIED Wildlife and Development series, n° 12  
Cote SATIS: 137/GOO/t

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM: A COMPILATION OF GOOD PRACTICES**  
World Tourism Organisation, Madrid, 2000, 201 p.

**UN PROJET DE DEVELOPPEMENT RURAL HARMONISE SUR LA COTE OUEST DE MADAGASCAR**  
Association Belgique-Madagascar, Bruxelles, GSARA asbl, Bruxelles, 1997, 30 minutes. - Vidéo V.H.S.  
Cote SATIS: 110/ABM/p vidéo



**ECOTOURISM IN THE LESS DEVELOPED WORLD**  
Weaver D. - CAB International, Wallingford, 1998, 352 p.

**PARTICIPATION DES  
AUTOCHTONES / CULTURE**

**LE MARCHÉ MONDIAL DE LA PROPRIÉTÉ  
INTELLECTUELLE - DROIT DES  
COMMUNAUTÉS TRADITIONNELLES ET  
INDIGÈNES**

Posey D. A., Dutfield G. - CRDI, OTTAWA,  
CANADA, 1997, 344 p.  
Cote SATIS: 136/CRD/M



Le marché mondial  
de la propriété intellectuelle

**THE COMMUNITY TOURISM GUIDE**  
Mann M. - Earthscan, 2000, 224 p.

**TOURISM AND CULTURE: AN APPLIED  
PERSPECTIVE**  
Chambers E. - State Univ. of New York,  
1997, 221 p.

**TOURISME ET CULTURE: UN MARIAGE  
D'INTERETS**  
Robinson M.  
IN : Le Courrier de l'UNESCO, juillet-août  
1999, p. 21-56  
Cote SATIS: 137/ROB/t

**ECOTOURISM, SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT AND CULTURAL  
SURVIVAL**  
Epler Wood M. - TIES (The International  
Ecotourism Society), 1999

**DIVERS**

**PERSPECTIVAS DEL TURISMO SOSTENIBLE  
EN LA AMAZONIA**  
TCA, Lima (Pérou), 1995, 125 p.  
Cote SATIS: 137/TCA/P



**TOURISME ET SOCIÉTÉ**  
L'Harmattan, Paris, 1992, 154 p.  
Cote SATIS: 137/HAR/t

**TOURISME ET TIERS-MONDE UN BILAN  
CONTROVERSE - LES NOUVELLES  
COLONIES DE VACANCES ?**  
Cazes G., L'Harmattan, Paris, 1992, 202  
p.  
Bib/Cote: 137/CAZ/t

**ECOTOURISM: A GUIDE FOR PLANNERS &  
MANAGERS**  
Lindberg H. - TIES (The International  
Ecotourism Society), Burlington (VT,  
USA), 1993, 2 volumes

**SUSTAINABLE TOURISM: A MARKETING  
PERSPECTIVE**  
Middleton V., Hawkins R. - Butterworth-  
Heinemann, 2000, 200 p.

**TOURISM AND SUSTAINABILITY: NEW  
TOURISM IN THE THIRD WORLD**  
Mowforth M., Munt I. - Routledge, 1998,  
384 p.

**SITES INTERNET**

**ADVENTURE TRAVEL SOCIETY -**  
[http://www.adventuretravel.com/  
consulting\\_home.htm](http://www.adventuretravel.com/consulting_home.htm)



Cette société américaine œuvre au développement durable du tourisme par la promotion des ressources naturelles, la viabilité de l'économie et l'intégrité culturelle.

Ce site présente également des projets intégrant les communautés locales en Amérique Latine, en Albanie, en Europe de l'Est et au Canada.

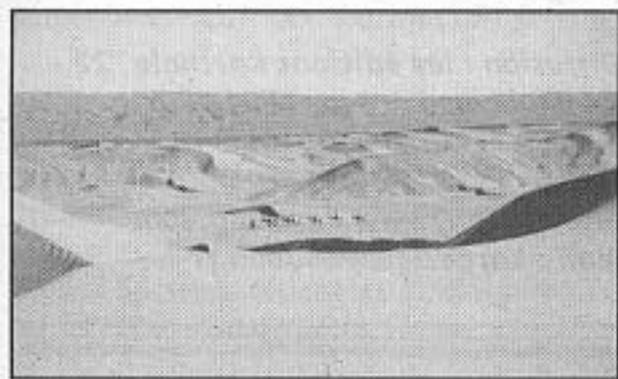
**CAMPFIRE -**

<http://www.campfire-zimbabwe.org/>  
CAMPFIRE (Communal Areas Management Programme for Indigenous Resources) est une exploration du développement et de la conservation en Afrique. Il cherche à restructurer le contrôle des espaces naturels du Zimbabwe en offrant aux populations des possibilités alternatives d'utilisation de leurs ressources naturelles. CAMPFIRE est conçu et entièrement dirigé par des africains. Ce site présente les activités et les actions de CAMPFIRE.



**CROQ'NATURE -**<http://www.croqnature.com/>

Les associations Croq'Nature et Amitié Franco-Tourareg ont comme but le développement des populations nomades. Ils proposent des randonnées chamelières et des séjours à la rencontre du désert et des peuples nomades du Sahara. Ces randonnées servent à financer des projets des ONG locales et des partenaires. Ce site donne le programme des randonnées proposées (dates, informations pratiques, inscriptions, prix). Les projets "financés" par ces randonnées y sont également présentés.

**ECOTOURISM EXPLORER -**<http://www.ecotourism.org/>

Ce site, créé par l'organisation américaine TIES (The International Ecotourism Society), propose quantité de liens présentant leur organisation, des écotours, des destinations "alternatives",... Le site donne accès aux différents services de TIES: programme des formations, librairie, agenda d'évènements, foire aux questions, offres d'emploi.

**L'ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME -** <http://www.world-tourism.org/>

Le site de l'OMT présente ses membres, leurs activités régionales, leurs projets (éradication de l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme, élaboration d'un guide éthique du tourisme), leurs publications, les services proposés (statistiques, éducation, news), ...

**TOURISME ET DEVELOPPEMENT SOLIDAIRES -**[http://www.coordinationsud.org/coord\\_sud/membres/tds.html](http://www.coordinationsud.org/coord_sud/membres/tds.html)

"Tourisme & Développement Solidaires" a élaboré un concept touristique adapté aux communautés rurales des pays du Sud. Ce concept repose sur l'organisation d'unités touristiques de base gérées en pleine propriété par des communautés

villageoises. Les retombées économiques de ce tourisme servent au financement de programmes de développement initiés par ces mêmes communautés.

Le site nous donne une présentation très complète de l'organisation (actions, équipe, réseaux, budgets, projets).

**EQUATIONS -**<http://www.equitabletourism.org/>

EQUATIONS (Equitable Tourism Option) est une organisation indienne ayant pour but la recherche, la formation et la promotion d'un tourisme holistique. Ce site propose via 4 grandes catégories de la documentation et des informations sur des thèmes clés liés au tourisme (écotourisme, politique touristique,...).

**TOURISM CONCERN -**<http://www.tourismconcern.org.uk/>

Tourism concern est une organisation anglaise qui réunit des personnes s'intéressant à l'impact du tourisme sur les communautés et l'environnement. Outre la présentation de l'organisation, ce site nous donne accès à un magazine (Tourism in focus), à des ressources bibliographiques, à des forums, à une liste de liens vers d'autres sites ainsi qu'à une liste d'"écotours" classés par pays.

**TOURISM CONCERN**

## Nouvelles acquisitions

Vous pouvez retrouver la liste complète des nouvelles acquisitions du centre de documentation sur notre site (<http://www.cota.be/cdoc.html>) ou encore la recevoir par courrier électronique (sur demande: [catherine.sluse@cota.be](mailto:catherine.sluse@cota.be)).

**POWER AND PARTNERSHIP ? : EXPERIENCES OF NGO CAPACITY-BUILDING**

James R.

INTRAC, Londres, 2001, 152 p.

(INTRAC NGO Management &amp; policy series, n° 12)

Réf. COTA: 111.3/JAM/p

Ce livre fait suite à la conférence "Les ONG dans un futur global" qui s'est tenue à l'université de Birmingham en 1999. L'accent y fut mis sur le renforcement des capacités des ONG. Les participants étaient invités à présenter leurs expériences sur le sujet, afin de mieux comprendre comment le renforcement des capacités est mis en œuvre dans la pratique, ce qui se passe dans les faits, ce qui fonctionne et pourquoi.

Cet ouvrage, qui est une synthèse de certains papiers présentés, cherche à contribuer à notre compréhension du renforcement des capacités en analysant des interventions de renforcement de capacité spécifiques, en relevant les problèmes et les idées de la pratique. Il

souligne également les implications en résultant, en particulier pour les ONG du Nord impliquées dans les stratégies de développement pour le renforcement des capacités.

Cet ouvrage est destiné à tous les professionnels du développement engagés dans le renforcement des capacités, mais il est plus particulièrement pertinent pour les ONG du Nord, les ONG du Sud et les professionnels du renforcement des capacités.

Diffusion: INTRAC, PO Box 563, Oxford, OX2 6RZ, United Kingdom

Tél: +44 (0)1865 201851

Fax: +44 (0)1865 201852

E-mail: [intrac@gn.apc.org](mailto:intrac@gn.apc.org)