



IPES BUSINESS CHOOOL

Executive Master of Business Administration
(EMBA)

Concentration : Leadership Organisationnel

Sujet : « Leadership Stratégique et Valorisation des Atouts Touristiques : Une Analyse Managériale du Développement du Tourisme Durable sur la Plage de Gelée (2015-2023) »

Mémoire de sortie pour l'obtention de grade de Master Exécutif en Administration
des Affaires

Promotion 2022-2024

Préparé par : Edver SERISIER

Sous la supervision de : Dr Edelin MANGNAN

Janvier 2025

RÉSUMÉ

Le présent document, intitulé « Leadership Stratégique et Valorisation des Atouts Touristiques : Une Analyse Managériale du Développement du Tourisme Durable sur la plage de Gelée (2010-2015) », est réalisé dans le cadre de l'obtention du Master EMBA en Leadership Organisationnel. Il vise à analyser comment un leadership stratégique et une gouvernance efficace peuvent favoriser la valorisation du tourisme durable sur la plage de Gelée et contribuer ainsi au développement socio-économique de la commune des Cayes.

Face au potentiel touristique et naturel de la plage de Gelée, conjugué aux défis socio-économiques auxquels sont confrontées les populations locales, la problématique suivante a été posée : « Comment un leadership stratégique et une gouvernance efficace peuvent-ils favoriser la valorisation de la plage de Gelée en tant que levier de développement durable pour la commune des Cayes ? »

Afin de répondre à cette question, une approche méthodologique mixte a été adoptée, combinant : une analyse quantitative, basée sur des enquêtes par questionnaire auprès des acteurs clés du secteur touristique (gestionnaires, entrepreneurs, autorités locales, visiteurs) ; une approche qualitative, reposant sur des entretiens semi-directifs et des études de cas pour approfondir la compréhension des enjeux managériaux et organisationnels liés à l'exploitation de la plage de Gelée ; une revue documentaire, mobilisant des sources académiques, économiques et institutionnelles sur le tourisme durable et la gouvernance touristique.

Les résultats de cette étude démontrent que la plage de Gelée représente un atout majeur pour la structuration d'un modèle de développement touristique durable. Une gestion stratégique efficace des revenus générés par cette activité, couplée à un leadership organisationnel favorisant l'innovation, la formation et l'implication des parties prenantes locales, pourrait accroître la rentabilité du secteur et optimiser son impact sur le développement économique régional.

L'analyse a mis en évidence que le leadership stratégique joue un rôle central dans : la planification et la gestion des ressources touristiques, permettant une meilleure allocation des investissements et des infrastructures ; la coordination des acteurs privés et publics, afin de renforcer la compétitivité du secteur et améliorer l'expérience touristique ; la promotion du tourisme durable,

en intégrant des principes de responsabilité environnementale et sociale dans la valorisation des atouts de la plage de Gelée.

Les conclusions de cette recherche confirment que la mise en place de stratégies managériales adaptées, fondées sur un leadership fort et une gouvernance inclusive, est un levier essentiel pour maximiser l'apport du tourisme au développement socio-économique des Cayes. En conséquence, une gestion proactive, associant innovation, formation et structuration du secteur, pourrait transformer la plage de Gelée en un pôle touristique durable et compétitif, bénéficiant directement aux communautés locales et aux acteurs économiques de la région.

REMERCIEMENTS

Nos remerciements s'adressent au Dr Edelin MANGNAN, notre directeur de recherche, qui malgré ses multiples occupations a toujours été disponible à notre écoute et à notre orientation. Il a pu guider notre recherche par ses conseils. Ainsi, avons-nous envers lui, une dette de reconnaissance.

Nous présentons également notre gratitude aux différents professeurs de l'IPES Business School qui, d'une manière ou d'une autre, ont contribué à notre formation académique durant nos quatre années d'étude.

Un remerciement très sincère est adressé à l'égard des responsables de la direction départementale Sud du ministère du tourisme pour avoir accepté sans réserve notre demande d'appui intellectuel. En effet, le bureau du tourisme a mis à notre disposition ses archives par le biais du bureau des patrimoines.

Enfin, à tous ceux et toutes celles qui nous ont apporté une note d'encouragement pour la réussite de ce travail, nous présentons nos remerciements.

DÉDICACES

À Dieu Tout-Puissant, source infinie de sagesse et de force, qui m’a guidé tout au long de ce parcours académique.

À ma famille, pour son soutien inconditionnel, ses encouragements et son amour indéfectible. Vos sacrifices et vos paroles réconfortantes ont été ma plus grande source de motivation.

À mes enseignants et encadrants, dont l’expertise et la bienveillance ont enrichi ma réflexion et nourri mon ambition. Votre engagement dans la transmission du savoir m’a permis d’atteindre cet objectif avec passion et détermination.

À tous les acteurs du secteur touristique de la plage de Gelée, qui, par leur engagement et leur persévérance, œuvrent à la valorisation de ce patrimoine naturel et culturel. Ce travail est aussi une reconnaissance de leurs efforts en faveur d’un tourisme durable et responsable.

Enfin, à tous ceux et celles qui croient en la capacité du leadership stratégique à transformer les défis en opportunités pour un développement harmonieux et pérenne.

Que ce mémoire puisse inspirer et contribuer à la réflexion sur un avenir prospère pour le tourisme en Haïti.

TABLE DES MATIERES

RÉSUMÉ	I
REMERCIEMENTS	III
DÉDICACES	IV
TABLE DES MATIERES	V
LISTE DES SIGLES, ABRÉVIATION ET ACRONYMES	VIII
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHS ET SCHÉMAS	X
MOTS CLÉS.....	XII
INTRODUCTION.....	1
PROBLÉMATIQUE	4
REVUE DE LITTÉRATURE	4
- INTERETS DE L'ÉTUDE.....	6
- PROBLEME DE RECHERCHE.....	7
- OBJECTIFS DE LA RECHERCHE	9
- QUESTION DE RECHERCHE.....	9
- HYPOTHESE DU TRAVAIL DE RECHERCHE	9
CHAPITRE PREMIER.....	10
I- CADRE CONCEPTUEL	10
1.1- LE PARADOXE D'UNE DEFINITION DU TOURISME	10
1.1.1- <i>Le tourisme sur le plan géographique.....</i>	11
1.1.2- <i>Le tourisme dans sa dimension anthropologique.....</i>	12
1.1.3- <i>Le tourisme dans sa dimension socioculturelle</i>	12
1.1.4- <i>Le tourisme dans sa dimension économique.....</i>	13
1.1.5- <i>Le tourisme dans une dimension technologique</i>	14
1.1.6- <i>Le tourisme : entre une industrie et un méta marché.....</i>	14
1.2- LE LEADERSHIP STRATEGIQUE	15
1.3- VALORISATION DES ATOUTS TOURISTIQUES.....	16
1.4- TOURISME DURABLE	16
1.5- INTERDEPENDANCE DES CONCEPTS	16
1.6- CADRE INSTITUTIONNEL DE L'OBJET DE LA RECHERCHE.....	16
1.7- ELEMENTS DE CONTEXTUALISATION DE L'OBJET D'ÉTUDE	19
1.7.1- <i>Le tourisme dans le monde.....</i>	19
1.7.1.1- <i>Le développement par le tourisme.....</i>	20
1.7.1.2- <i>Le tourisme : une opportunité mondiale.....</i>	20
1.7.1.3- <i>Classement mondial des destinations et des marchés émetteurs</i>	21
1.7.1.4- <i>Dépenses touristiques mondiales en 2012</i>	24
1.7.1.5- <i>Recettes touristiques mondiales</i>	24
1.7.2- <i>Le tourisme en Haïti</i>	25
1.7.2.1- <i>Le potentiel touristique d'Haïti.....</i>	27
1.7.2.2- <i>Haïti au seuil du tourisme.....</i>	28
1.7.2.3- <i>Apport du tourisme dans l'économie haïtienne.....</i>	28
1.7.2.4- <i>Recettes touristiques en Haïti</i>	32
CHAPITRE DEUXIEME	34
II- CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE.....	34
2.1- CADRE THEORIQUE	34
2.1.1- <i>Théories du Leadership Stratégique</i>	34
2.1.2- <i>Théories de la Valorisation des Atouts Touristiques.....</i>	35

2.1.3-	<i>Théories du Tourisme Durable</i>	35
2.2-	APPROCHES ECONOMIQUES ET DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE	36
2.2.1-	<i>Le développement touristique au regard des théories monétaires</i>	36
2.2.2-	<i>Le développement touristique au regard de la théorie de John Maynard Keynes</i>	37
2.2.3-	<i>Le développement touristique au regard de la théorie d'Adam Smith</i>	38
2.2.4-	<i>Le développement touristique au regard de la théorie de Walt Rostow</i>	39
2.2.5-	<i>Le développement touristique à la lumière de la théorie de Robert Solow</i>	40
2.2.6-	<i>Le développement touristique et la théorie de dépendance économique</i>	41
2.2.7-	<i>Le développement touristique à la lumière la théorie de David Ricardo</i>	41
2.2.8-	<i>Le développement touristique à la lumière de la théorie d'Amartya Sen</i>	42
2.2.9-	<i>Le développement touristique à au regard de la théorie de Sabina Alkire</i>	44
2.3-	<i>Modèles économétriques</i>	46
2.4-	CADRE METHODOLOGIQUE	49
2.4.1-	<i>Enquête par la méthode d'échantillonnage aléaloire</i>	49
2.4.1.1-	<i>Choix des échantillons</i>	50
2.4.1.2-	<i>Recherche documentaire</i>	50
2.4.1.	<i>Technique de collecte</i>	51
	CHAPITRE TROISIEME	52
III-	VUE PANORAMIQUE SUR LA VILLE DES CAYES ET LA PLAGE DE GELEE.....	52
3.1-	LA VILLE DES CAYES : HISTOIRE ET POTENTIALITES	52
3.1.1-	<i>Démographie</i>	52
3.1.2-	<i>Fiche technique de la ville des Cayes</i>	53
3.1.3-	<i>Le secteur primaire</i>	55
3.1.4-	<i>La ville des Cayes et ses potentialités touristiques</i>	57
3.1.5-	<i>La ville des Cayes et ses précarités</i>	59
3.2-	LA PLAGE DE GELEE.....	60
3.2.1-	<i>Situation actuelle</i>	62
3.2.2-	<i>La cuisine exceptionnelle de Gelée</i>	63
	CHAPITRE QUATRIEME.....	65
IV-	PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS.....	65
4.1-	ÉVALUATION DU LEADERSHIP STRATEGIQUE ET DE LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE.....	65
4.2-	VALORISATION DES ATOUTS TOURISTIQUES ET PROMOTION DE LA DESTINATION	66
4.3-	ÉVALUATION DE LA DURABILITE DU TOURISME SUR LA PLAGE DE GELEE	67
4.4-	PERCEPTION DES COMMUNAUTES LOCALES	68
4.5-	UNE ANALYSE DE L'ASPECT ECONOMIQUE DE LA PLAGE DE GELEE.....	68
4.5.1-	<i>Recettes de la mairie</i>	69
4.1.1-	<i>Recettes des hôtels et restaurants</i>	71
4.6-	GELEE, UNE SOURCE DE CROISSANCE ECONOMIQUE	73
4.7-	GELEE AU REGARD DU MARCHÉ TOURISTIQUE MONDIAL ET DU DEVELOPPEMENT	74
4.7.1-	<i>Un meta-marché touristique prometteur</i>	75
4.8-	POLITIQUE DE GESTION ET DE PROMOTION DE LA PLAGE	77
4.9-	STRATEGIE DE GOUVERNANCE DE LA PLAGE.....	78
4.10-	RESSOURCES.....	78
4.11-	STRATEGIES DE LEADERSHIP MISES EN ŒUVRE POUR LA GESTION DE LA PLAGE DE GELEE	79
4.12-	UNE EVALUATION DE L'IMPLICATION DES ACTEURS LOCAUX DANS LE PROCESSUS DE VALORISATION	82
4.13-	IMPACTS DES POLITIQUES DE GOUVERNANCE ET DE MANAGEMENT.....	82
4.14-	DEFIS ET OBSTACLES DE LA MISE EN OEUVRE D'UN TOURISME DURABLE	83
-	DEFIS ENVIRONNEMENTAUX	83
-	DEFIS ECONOMIQUES	83
-	DEFIS SOCIAUX ET INSTITUTIONNELS	84
	CONCLUSION	85
	SYNTHESE ET RECOMMANDATIONS.....	86

BIBLIOGRAPHIE	87
ANNEXE I.....	90
ANNEXE II	91
ANNEXE III : QUESTIONNAIRE.....	93
ANNEXE IV : GRILLES D'ENTRETIEN.....	97

LISTE DES SIGLES, ABRÉVIATIONS ET ACRONYMES

AAA	: American Anthropological Association
AJEPTOCH	: Association des Jeunes pour la Promotion du Tourisme et de la Culture Haïtienne
BNC	: Banque Nationale de Crédit
BUH	: Banque de l'Union Haïtienne
CAPOSAC	: Caisse Populaire Sainte-Anne de Camp-Perrin
CAPOSUD	: Caisse Populaire du Sud
CCI	: Chambre de Commerce et d'Industrie
CCT	: Conseil Consultatif du Tourisme
CEFTECH	: Centre d'Education et de Formation Technique des Cayes
FINCA	: Foundation for International Community Assistance
FSA	: Faculté des Sciences Administratives
FSE	: Faculté des Sciences Economiques
HIC	: Hôpital Immaculée Conception
IHSI	: Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique
JBC	: Jardin Botanique des Cayes
MARNDR	: Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural
MAST	: Ministère des Affaires Sociales et du Travail
MCFDF	: Ministère à la Condition Féminine et aux Droits des Femmes
MDE	: Ministère De l'Environnement
MENFP	: Ministère de l'Education Nationale et de la Formation Professionnelle
MJSAC	: Ministère de la Jeunesse, des Sports et de l'Action Civique
MSPP	: Ministère de la Santé Publique et de la Population
MTPTC	: Ministère des Travaux Publics, Transport et Communication
OCDE	: Organisation for Economic Co-operation and Development
ODD	: Objectifs de Développement Durable
OFATMA	: Office d'Assurance Accidents du Travail, Maladie et Maternité
OIM	: Organisation Internationale de Migration
OMT	: Organisation Mondiale du Tourisme
ONG	: Organisation non Gouvernementale
PIB	: Produit Intérieur Brut

PME	: Petite et Moyenne Entreprise
PNB	: Produit National Brut
TCA	: Taxes sur les Chiffres d’Affaires
TIC	: Technologie de l’Information et de la Communication
TPI	: Tribunal de Première Instance
UEH	: Université d’Etat d’Haïti
UPSAC	: Université Publique du Sud aux Cayes
USA	: United States of America

LISTE DES TABLEAUX

➤ Tableau 1 : Classement des arrivées internationales dans les principales destinations (1950-2010).....	22
➤ Tableau 2 : Principales destinations touristiques mondiales en 2009.....	23
➤ Tableau 3 : Arrivées annuelles des visiteurs en Haïti en milliers (1979-1993).....	29
➤ Tableau 4 : Répartition des touristes en Haïti par catégorie (1985-1994).....	30
➤ Tableau 5 : Répartition des touristes en Haïti par pays de naissance (1989-1991)....	31
➤ Tableau 6 : Acteurs considérés dans l'enquête	50
➤ Tableau 7 : Leadership stratégique et gouvernance touristique.....	65
➤ Tableau 8 : Valorisation des atouts touristiques et promotion de la destination.....	66
➤ Tableau 9 : Durabilité du tourisme à Gelée	67
➤ Tableau 10 : Rentrées approximatives de la mairie des Cayes.....	71
➤ Tableau 11 : Grille de rentrée des hôtels avant et pendant le festival par jour.....	71
➤ Tableau 12 : Rentrées approximatives des restaurants.....	72
➤ Tableau 13 : Pourcentage de clients reçus en moyenne par jour	75

LISTE DES GRAPHE

➤ Graphe 1 : Principales destination touristiques mondiales en 2009.....	23
➤ Graphe 2 : Répartition des touristes en Haïti par catégorie (période 1985-1994).....	30
➤ Graphe 3 : Répartition des touristes en Haïti par pays de naissance (1989-1991).....	31
➤ Graphe 4 : Leadership stratégique et gouvernance	66
➤ Graphe 5 : Valorisation des atouts touristiques et promotion	67
➤ Graphe 6 : Durabilité du tourisme à Gelée.....	68
➤ Graphe 7 : Rentrées des hôtels avant et pendant le festival par jour.....	72
➤ Graphe 8 : Rentrées approximatives des restaurant.....	72
➤ Graphe 9 : Pourcentage de clients reçus en moyenne par jour	75

LISTE DES SCHÉMAS

➤ Schéma 1 : Capacités individuelles d'Armatya Sen / contexte social et personnel.....	43
➤ Schéma 2 : Caractéristiques des capacités collectives d'Alkire Sabina.....	45
➤ Schéma 3 : Cartographie de la plage de Gelée.....	60

MOTS CLÉS

Atouts touristiques : Désignent les caractéristiques ou les ressources naturelles, culturelles, historiques, architecturales, ou même humaines d'un lieu qui en font une destination attrayante pour les voyageurs.

Attraits comparatifs : Se réfèrent aux caractéristiques ou ressources naturelles, culturelles ou humaines d'une destination qui sont intrinsèquement uniques ou spéciales, par rapport à d'autres destinations. Ces atouts peuvent être une source de différenciation, mais ils ne sont pas nécessairement liés à une stratégie active de développement ou de gestion. En d'autres termes, un atout comparatif est ce qui rend une destination "spéciale" par rapport à d'autres, sans avoir besoin de comparer sa compétitivité à court ou long terme.

Attraits compétitifs : Désignent les éléments qui permettent à une destination de se distinguer sur le marché touristique par rapport à d'autres destinations concurrentes, dans un cadre de compétition active. Ces atouts sont souvent liés à la capacité d'une destination à offrir une meilleure qualité ou des prix plus attractifs, une expérience touristique améliorée, ou un meilleur service que ses concurrents.

Croissance économique : Augmentation de la production de biens et services dans une économie au cours d'une période donnée.

Développement durable : Développement qui vise à répondre aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs.

Développement économique : Processus visant à améliorer le bien-être économique et social d'une société. Il tient compte de plusieurs dimensions : humaine, économique, sociale et environnementale.

Développement touristique : Ensemble des activités, des politiques et des initiatives mises en place pour promouvoir et développer l'industrie du tourisme dans une région donnée.

Grand tour : Une tradition européenne du 17^{ème} au 19^{ème} siècle, où les jeunes aristocrates et bourgeois fortunés entreprenaient un voyage éducatif à travers l'Europe.

Leadership organisationnel : La capacité d'un leader à influencer et guider les membres d'une organisation dans l'atteinte de ses objectifs, tout en créant un environnement de travail cohérent et motivant.

Leadership stratégique : La capacité d'un leader à définir, mettre en œuvre et orienter des actions à long terme qui favorisent la croissance, la compétitivité et la durabilité d'une organisation.

Potentiels touristiques : Ensemble des capacités et des possibilités qu'une région, un pays ou une destination peut exploiter pour attirer les touristes et développer son secteur touristique.

Ressources touristiques : Ensemble des éléments ou des actifs naturels, culturels, historiques, humains ou économiques d'une région ou d'un pays qui peuvent être exploités pour attirer les touristes.

Sociologie du tourisme : Branche de la sociologie qui étudie les phénomènes liés au tourisme sous l'angle des interactions sociales, des structures sociales et des processus culturels.

Sites touristiques : Ce sont des lieux d'intérêt qui attirent les visiteurs en raison de leur beauté naturelle, de leur valeur historique, culturelle ou architecturale, ou de leurs activités de loisirs.

Tourisme : Activité humaine qui consiste à voyager vers des destinations différentes de son lieu de résidence habituel, pour des motifs tels que les loisirs, la détente, la découverte de nouvelles cultures, la rencontre de nouvelles personnes, ou encore pour des raisons professionnelles.

Tourisme communautaire : Forme de tourisme qui met l'accent sur la participation et le bénéfice des communautés locales dans les destinations touristiques.

Tourisme durable : Tourisme qui tient compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux, actuels et futurs, répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels de l'environnement et des communautés d'accueil.

INTRODUCTION

Le tourisme¹ revêt une importance capitale dans la croissance et le développement économique. Il peut être considéré comme un vecteur de croissance et de réduction de la pauvreté en créant de nouveaux emplois et en établissant des liens avec différents secteurs dont : l'agriculture, la pêche, l'industrie manufacturière et les secteurs de prestation de services (hôtellerie, restauration transport). Toutefois, cette corrélation qui existe entre le tourisme et ces secteurs ne peut être favorable que si l'activité touristique engendre de la croissance et développe un effet d'entraînement et de contagion sur les autres secteurs d'activité (Dupont, 2015). D'une simple pratique culturelle à un phénomène populaire avec de grands enjeux économiques, le tourisme représente de nos jours une force motrice pouvant jouer différents rôles dans le développement économique d'une région ou d'un pays. Il peut être, entre autres, un stimulateur pour l'économie locale ; une source de création d'emploi et génératrice de revenus : la base d'une diversification économique. D'où, le rapport existant entre le tourisme et le développement économique.

Les activités touristiques ne datent pas d'hier. Elles ont, au cours du temps, évolué au même rythme que la société. En effet, depuis l'existence humaine, les hommes éprouvaient le désir de se déplacer au loin à des fins diverses ; soit en quête du bonheur économique, familial ou social. Cela a poussé l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) à définir le tourisme comme : « une personne qui séjourne plus de vingt-quatre heures en un lieu autre que son environnement habituel, et pour quelque raison que ce soit » (Lehalle, 2015).

Il a fallu attendre le 17^e siècle pour que ce secteur puisse connaître un tournant plus organisé. D'abord, ce fut les anglais qui, les premiers, donnèrent naissance à des voyages initiatiques afin de compléter des études. Cela a pris un essor considérable avec les Grands Tour². Du point de vue culturel, les élites furent les premiers à profiter des séjours en dehors de leur pays dans un but de découvertes culturelles : soit pour le loisir, l'échange de culture et autres. De cette pratique a découlé la connotation attribuée au tourisme comme étant l'ensemble de voyageurs qui ne parcourent des pays étrangers que par curiosité et par désœuvrement.

¹ Terme francisé par Stendhal (1838) dans "ses *Mémoires d'un touriste*".

² Terme anglo-saxonne apparu dans la seconde moitié du 17^e siècle.

Peu importe le type de tourisme, il est nécessaire de comprendre que les dépenses des touristes peuvent avoir des impacts positifs sur l'économie locale en particulier et sur l'économie mondiale en général soit par son effet de multiplicateur, de chaîne de valeur, d'ancrage ou d'expérience. Ces derniers sont en rapport direct avec des variables dépendantes dont : le nombre de visiteurs et les recettes générées par ce secteur. Néanmoins, des variables indépendantes doivent être prises en compte pour mieux évaluer l'impact du tourisme. Cela implique : i) les investissements touristiques (dépenses gouvernementales et privées) ; ii) la stabilité politique et sociale ; iii) l'accessibilité et la promotion touristique.

Haïti³ figure parmi les pays où les variables ci-dessus évoquées sont très rares : faible arrivée de visiteurs internationaux engendrant une maigre recette touristique, carence ou quasi-absence d'investissement dans le secteur touristique, instabilité politique et sociale sur le long terme, inaccessibilité des rares sites touristiques naturels et absence de promotion touristique sont des traits expliquant le niveau de sous-développement du secteur touristique haïtien. Conséquemment, le niveau de sous-développement économique d'Haïti ne saurait être un hasard. Car, lorsque le tourisme épouse des liens défavorables ou pervers avec les secteurs vitaux de l'économie, cela ne peut qu'aggraver le niveau de sous-développement.

Considéré comme un pôle de développement économique, social et culturel dont il faut minimiser les effets négatifs en vue de développer un tourisme durable capable de propulser le pays vers un développement durable⁴, le tourisme est paradoxalement un atout de croissance et de développement pour les pays en développement dont Haïti. Le secteur touristique haïtien, entre contraste et paradoxe, est éclipsé par des aléas sociaux économico-politiques l'empêchant d'atteindre le niveau de développement souhaité. Avec autant de sites naturels et touristiques, plus d'un se questionne : « comment un pays comme Haïti se trouve-il dans un niveau de sous-développement si aigu ? ». Autour des mines touristiques non exploitées à de bonnes fins, érige un climat de pauvreté à tendance extrême préoccupante. La commune des Cayes et ses zones limitrophes n'en sont pas exemptes. Comment remédier à une telle situation en mettant en évidence le tourisme comme moteur de développement ? Pour y apporter un élément de réponse, nous avons choisi de

³ Première République noire indépendante (1804).

⁴ Terme développé par la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement des Nations-Unis (rapport Brundtland, 1987).

circonscrire notre étude autour du thème : « Leadership Stratégique et Valorisation des Atouts Touristiques : Une Analyse Managériale du Développement du Tourisme Durable sur la plage de Gelée (2015-2023) ».

Ce travail est divisé en deux parties, présentées en quatre chapitres. Le premier chapitre présente le cadre conceptuel du travail. Alors que le deuxième chapitre traite du cadre théorique et méthodologique. L'emphase est mise non seulement sur des théories de leadership efficaces pour asseoir l'étude, mais également sur des modèles économétriques, favorables à la confirmation de l'hypothèse de recherche.

Dans la deuxième partie, la zone d'étude est présentée notamment au chapitre troisième. L'accent est mis sur la ville des Cayes : ses patrimoines, sa situation économique, ses facteurs de développement touristique dans une analyse détaillée avec une attention soutenue sur la plage de Gelée. Le quatrième chapitre, quant à lui, présente, analyse et interprète les résultats obtenus dans le cadre de la recherche.

Considérant l'aspect touristique et naturel de la plage de Gelée, cette étude met en évidence le potentiel de la plage au regard des stratégies manageriales utilisées en vue d'un développement touristique durable. Pour y parvenir, nous nous sommes basés sur des théories relatives au leadership stratégique et au développement touristique en vue de justifier que le leadership stratégique a un impact significatif sur la valorisation des atouts touristiques et favorise un développement durable du tourisme.

L'originalité de notre recherche réside dans le fait qu'elle s'inspire des connaissances émanant de la sociologie du tourisme. Par conséquent, nous espérons voir si l'étude du tourisme dans une perspective temporelle est possible et pertinente pour en obtenir une meilleure compréhension.

PROBLÉMATIQUE

Revue de littérature

Le tourisme a un lien étroit avec la croissance et le développement socio-économique. En effet, le développement touristique joue un rôle crucial dans la croissance et le développement socio-économique des régions côtières. Bien qu'aucune recherche scientifique faisant une analyse managériale du développement du tourisme durable sur la plage de Gelée tout en valorisant ses atouts touristiques ne soit encore disponible, plusieurs auteurs dans le monde ont démontré à travers des recherches et des publications que le tourisme est un facteur indispensable pour le développement des régions côtières.

Il faut souligner que les géographes sont les premiers à avoir étudié le tourisme en faisant des recherches sur le terrain dans les années 1950 et 1960 en se basant sur les impacts économiques et sociaux comme spécialistes en sciences humaines et sociales. Toutefois, Valene Smith⁵ (1953), est la première à avoir considéré le tourisme comme sujet d'étude à part entière. Quelques temps après, Smith (1977-1989) a organisé une novatrice session sur le tourisme à l'American Anthropological Association (AAA)⁶. A date, les articles publiés sous le titre « *Hosts and Guests : The Anthropology of Tourism* » restent une référence en ce qui a trait aux recherches effectuées sur le tourisme.

En ce qui concerne l'apport du tourisme dans la croissance et le développement économique, plusieurs autres chercheurs ont établi le lien entre ces deux concepts : tourisme et développement. Ils ont effectué des recherches à partir desquelles la mise en relief du potentiel touristique s'avère crucial pour le développement des régions locales. C'est le cas de Peter E. Murphy (2012), dans son ouvrage intitulé : « *Tourism : A Community Approach* » qui a élaboré sur les impacts du tourisme sur les communautés locales et sa contribution à leur croissance et leur développement économique (Murphy, 2012). Par ailleurs, dans leurs travaux de recherche, Stefan Gössling, David Scott et C. Michael Hall (2015) ont mis l'accent sur les interactions entre le tourisme et les ressources naturelles, notamment dans les régions côtières où la gestion de l'eau est importante dans leur ouvrage : « *Tourism and Water : Interactions, Impact and Challenges* » (Stefan Gössling, David Scott et C. Michael Hall, 2015). Quant aux initiatives ou perspectives que doivent prendre les acteurs locaux en tirant parti du tourisme pour favoriser le développement économique,

⁵ Géographe devenue anthropologue

⁶ Réalisée à Mexico en 1974

Tazim Jamal et Donald Getz prônent le développement du tourisme communautaire dans : « *Collaboration Theory and Community Tourism Planning* » (Tazim B. Jamal; Donald Getz, 1995). Ils ont effectué des recherches sur la théorie de la collaboration et de la planification du tourisme communautaire question de montrer que le tourisme local ou communautaire peut contribuer au développement des localités. Michael Mowforth et Ian Munt (2015), de leur côté, ont exploré les implications du tourisme dans le développement durable des zones côtières et d'ailleurs dans leur ouvrage : « *Tourism and Sustainability : Development, Globalisation and new Tourism in the Third World* » (Martin Mowforth, Ian Munt, 2015).

Le tourisme étant un pôle de développement mondial, pourquoi ce qui est possible d'être étudié ailleurs dans le monde ne serait-il pas possible d'être étudié sur le plan local ? Pourquoi, nos prédécesseurs ne se sont-ils pas intéressés à mener une telle étude sur la plage de Gelée, Les Cayes-Haïti, en promouvant un leadership stratégique et en valorisant ses atouts touristiques ? Par conséquent, la documentation relative au développement touristique de la région Sud du pays et de la commune des Cayes en particulier est quasiment inexistante. Outre quelques rapports rédigés par la mairie des Cayes à l'occasion du festival de Gelée, quelques documents de rapport élaborés par le ministère du tourisme dans son programme de renovation des sites touristiques sous la présidence de Michel Joseph Martelly, et de l'OIM⁷ dans le cadre de quelques projets de renovation, il n'existe presque pas de documentation disponible permettant d'explorer le tourisme au regard du développement durable à Gelée. L'ouvrage de Georges Anglade : « *l'espace haïtien* »⁸, en termes de référence en géographie humaine et de l'aménagement du territoire en Haïti, permet d'explorer également l'aspect socio-économique de la société haïtienne tout en fournissant des informations pertinentes sur la commune des Cayes ainsi que son potentiel géographique et socio-économique. Tout cela explique que notre sujet : « Leadership Stratégique et Valorisation des Atouts Touristiques : Une Analyse Managériale du Développement du Tourisme Durable sur la Plage de Gelée (2015-2023) » n'a jamais fait objet d'une étude approfondie au regard du développement durable de la zone.

⁷ Organisation Internationale de Migration fondée le 6 décembre 1951 par les Etats-Unis et alliés.

⁸ Publié en 1974

- Intérêts de l'étude

Outre notre intérêt personnel à mener cette étude, le choix de l'objet d'étude a été déterminé en raison de l'intérêt général qu'il présente pour le pays et les Objectifs de Développement Durable (ODD)⁹, ainsi que de la disponibilité des données et des théories relatives au leadership stratégique et au développement touristique durable.

- Intérêt académique

Ce mémoire s'inscrit dans une perspective académique visant à enrichir le champ des études en management stratégique, leadership organisationnel et développement du tourisme durable. Il propose une analyse approfondie de l'impact du leadership stratégique dans la valorisation des atouts touristiques, en mettant en lumière les pratiques managériales qui favorisent une gestion efficace et pérenne des destinations touristiques.

L'étude de la plage de Gelée, un site emblématique du tourisme haïtien, permet d'examiner comment les acteurs locaux, les autorités et les entrepreneurs du secteur ont utilisé des stratégies de leadership pour optimiser les ressources naturelles, culturelles et économiques de cette destination. Cette recherche apporte une contribution essentielle à la littérature académique sur le tourisme durable en Haïti, en mettant en évidence les leviers stratégiques permettant de concilier croissance économique et préservation du patrimoine.

En s'appuyant sur des approches théoriques du leadership transformationnel, du management stratégique et de la gouvernance touristique, ce mémoire fournit des outils d'analyse applicables à d'autres destinations similaires, et offre aux chercheurs, étudiants et professionnels du secteur touristique une base réflexive pour améliorer les politiques et pratiques en matière de développement durable du tourisme.

- Intérêt scientifique

Ce mémoire présente un intérêt scientifique majeur en contribuant à une meilleure compréhension du rôle du leadership stratégique dans la valorisation des atouts touristiques et la promotion d'un tourisme durable. Il s'inscrit dans une démarche analytique visant à identifier les mécanismes de

⁹ Adoptés en 2015 par les Nations-Unies

gestion et de gouvernance qui favorisent la transformation des ressources naturelles et culturelles en leviers de développement économique et social.

Sur le plan théorique, cette étude mobilise des concepts clés du leadership stratégique, du management touristique et du développement durable, permettant ainsi d'approfondir les connaissances sur la relation entre prise de décision managériale, attractivité touristique et préservation de l'environnement. Elle permet d'évaluer comment les stratégies de gouvernance appliquées sur la plage de Gelée entre 2015 et 2023 ont influencé son développement et sa pérennité.

D'un point de vue méthodologique, cette recherche repose sur une approche empirique qui allie études de cas, enquêtes de terrain et analyses de données qualitatives et quantitatives, contribuant ainsi à l'avancement des connaissances scientifiques dans le domaine du management touristique. Les résultats obtenus pourront enrichir les réflexions académiques et orienter les futures politiques de gestion touristique en Haïti et dans d'autres régions présentant des caractéristiques similaires.

- Problème de recherche

Le développement du tourisme durable repose sur une gestion efficace des ressources naturelles, culturelles et économiques d'un territoire. Cependant, en Haïti, de nombreuses destinations touristiques, bien que dotées d'atouts considérables, peinent à atteindre leur plein potentiel en raison d'un manque de vision stratégique, d'une gouvernance inefficace et de l'absence de leadership structurant.

La plage de Gelée, site emblématique du tourisme haïtien, constitue un exemple représentatif de cette réalité. Malgré son potentiel touristique, son développement reste limité par des défis liés à la planification stratégique, à l'implication des acteurs locaux, aux infrastructures insuffisantes et à la préservation de l'environnement. Dès lors, la question du leadership stratégique dans la gestion et la valorisation de cette destination se pose avec acuité. D'ailleurs, la réalisation de cette étude sur la plage de Gelée, l'une des plus grandes plages naturelles du pays avec ses attraits 100 pour cent (100%) naturels : mer bleuâtre, sable blond et eau douce naturelle favorable au tourisme balnéaire, suscite de nouveaux intérêts et l'application de nouvelles approches de développement.

Depuis plusieurs décennies, le tourisme est devenu l'un des facteurs les plus fructueux dans tout processus de développement. Le concept tourisme, inventé au XVII^{ème} siècle a été utilisé dans plusieurs approches en économie comme l'un des facteurs de développement pouvant agir sur le Produit National Brut (PNB) en alimentant l'assiette fiscale de l'Etat. Ce secteur d'activités est un facteur pouvant aider à lutter contre le chômage ou servir de base pour la création d'un marché d'offre et de demande au regard des théories de John Maynard Keynes¹⁰ et de Jean Baptiste Say¹¹. Aussi, cette étude permettra de mettre en évidence la théorie de l'avantage comparatif de David Ricardo et les approches par les capacités d'Amartya Sen et de Sabina Alkire.

Les études révèlent que le tourisme, de par son importance, est une condition sine qua pour le développement. Alors que plus de vingt mille touristes visitent la plage de Gelée chaque été pour profiter de son sable blond très rare et favori des touristes balnéaires, sans oublier, son eau douce, qui serpente et qui rend cette plage plus magnifique aux yeux des explorateurs, cette plage fait face à différents problèmes d'infrastructure : manque d'assainissement, bloc sanitaire inadéquat et autres. Elle possède des attraits comparatifs mais non compétitifs. Elle ne parvient pas à favoriser l'épanouissement socio-économique des habitants des zones avoisinantes. Dans sa périphérie se trouvent des quartiers pauvres dont : Sous-Roche, Croix des Martyrs, Derrière Fort pour ne citer que ceux-là, alors qu'elle pourrait représenter une source de revenu pour l'Etat à travers le prélèvement des taxes. D'où l'intérêt pour la science, d'aborder ce problème : « Quel est l'impact du leadership stratégique sur la valorisation et la gestion des atouts touristiques de la plage de Gelée dans une perspective de tourisme durable ? ». Il convient d'étudier spécifiquement : Quelles stratégies managériales ont été mises en place entre 2015 et 2023 pour développer le tourisme durable sur la plage de Gelée ? Comment les acteurs locaux (autorités, entreprises, communautés) perçoivent-ils le rôle du leadership stratégique dans le développement de cette destination ? Quels sont les obstacles freinant l'optimisation du potentiel touristique de la Plage de Gelée, et quelles stratégies pourraient être mises en œuvre pour les surmonter ? Et enfin dans quelle mesure la gouvernance touristique actuelle de la plage de Gelée favorise-t-elle un développement harmonieux, durable et inclusif ?

¹⁰ Economiste Britannique (1883-1946)

¹¹ Auteur Classique Français (1797-1832)

- Objectifs de la recherche

Objectif général

L'objectif général de cette recherche est d'analyser le rôle du leadership stratégique dans la valorisation des atouts touristiques de la plage de Gelée et son impact sur le développement du tourisme durable entre 2015 et 2023. Cette étude vise à comprendre comment les stratégies managériales mises en place ont contribué (ou non) à une gestion efficace, durable et compétitive de cette destination touristique.

Objectifs spécifiques

- Identifier et analyser les stratégies de leadership mises en œuvre pour la gestion et la promotion touristique de la plage de Gelée.
- Évaluer l'implication des acteurs locaux dans le processus de valorisation et de développement de la destination.
- Examiner les impacts des politiques de gouvernance et de management touristique sur la durabilité économique, sociale et environnementale de la plage de Gelée.
- Mettre en lumière les défis rencontrés dans la mise en œuvre d'un tourisme durable sur le site.
- Proposer des recommandations stratégiques pour améliorer la gestion touristique de la plage de Gelée en vue d'un développement plus efficace et durable.

- Question de recherche

En analysant les potentialités touristiques de la plage de Gelée et la situation socio-économique des habitants des différentes localités se trouvant dans les parages de la plage, il s'avère important de poser la question : Comment le leadership stratégique influence-t-il la valorisation des atouts touristiques et le développement du tourisme durable sur la plage de Gelée entre 2015 et 2023 ?

- Hypothèse du travail de recherche

La présente recherche examine l'impact du leadership stratégique sur la valorisation des atouts touristiques et le développement du tourisme durable à la plage de Gelée entre 2015 et 2023. Dans ce cadre, nous formulons l'hypothèse que le leadership stratégique exercé par les acteurs publics et privés a un impact significatif sur la valorisation des atouts touristiques et favorise un développement durable du tourisme à la plage de Gelée.

CHAPITRE PREMIER

I- CADRE CONCEPTUEL

Le tourisme est un terme complexe et pluridimensionnel. Scientifiquement, il peut être étudié sous différents angles notamment : géographique, sociologique, anthropologique, économique, environnementale, psychologique et même technologique. L'étude du tourisme dans ces différents domaines permettra non seulement de comprendre les mécanismes sous-jacents du tourisme, mais également de proposer des modèles efficaces en vue de développer un tourisme durable.

1.1- Le paradoxe d'une définition du tourisme

Suite à l'apparition du mot anglais « touring »¹² (1811), de nombreuses définitions ont été élaborées au cours des siècles suivants, car chaque concept pose un problème pour sa définition affirme Williams (2004). Marc Boyer (2003) met l'accent sur l'épistémologie du tourisme critiquant le fait que les définitions attribuées à ce concept sont construites autour des paradigmes. Selon lui, le tourisme est sous-théorisé et provoque un challenge entre les chercheurs. Il attribue le problème de la définition du tourisme à la multidisciplinarité du concept. La philosophie, l'histoire et l'eschatologie sont, entre autres, les facteurs sur lesquels l'épistémologie du tourisme doit être orientée selon Marc Boyer (2003). Par contre, Tride (1997) voit l'aspect multidisciplinarité du tourisme comme une vertu. D'autres chercheurs ont expliqué dans leur définition la corrélation entre les sciences économiques et le tourisme. C'est le cas de Bodson et Stafford (1988) qui ont évoqué les différents niveaux d'opération macro et micro économique que requièrent toutes analyses sur le tourisme. Une approche plutôt humaniste et économique n'écarte pas la possibilité que le tourisme soit considéré comme un méta marché. Ce qui nécessite que plusieurs paramètres soient utilisés pour mieux étudier le méta marché touristique.

Boyer (2003) cité par Christine Demen Meyer (2005) affirme : « le tourisme est perçu comme un objet d'estimation statistique : c'est un ensemble de consommation de biens et de services liés aux déplacements des personnes qualifiées de touristes » (Meyer, 2005). Il pense que la définition du concept tourisme par les statisticiens de la SDN (1937), en établissant une différence entre voyages et excursions, est très tardive. Cette définition n'a pas pris en compte la notion de déplacement et a poussé l'Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme (1954) à compléter la

¹² Apparu en Angleterre en 1811.

définition de la SDN avec la notion de déplacement (Spatt, 1975). Par ailleurs, la Conférence des Nations Unies (1963) a fini par identifier deux catégories de visiteurs : les touristes et les excursionnistes. Cela a conduit l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) ou l'Organisation for Economic Co-operation and Development (OCDE) et la Commission Statistique des Nations Unies (2000) à adopter cette définition du tourisme : « activités déployées par les personnes au cours de leur voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs » (Meyer, 2005). Toutefois, cette définition mettant l'accent sur le côté loisir du tourisme présente une certaine ambiguïté préoccupante et a nécessité une reformulation de l'OMT en définissant le touriste comme : « une personne qui séjourne plus de vingt-quatre heures en un lieu autre que son environnement habituel, et pour quelque raison que ce soit » (Lehalle (2015).

Cependant, la façon de catégoriser les touristes pousse chaque pays à voir le concept tourisme dans des contextes différents les plongeant dans une certaine cacophonie. « Les définitions actuelles tombent dans les pièges de l'énumération et de la définition de ce qui est un touriste » (Boyer, 2003) cité par Meyer (2005). A titre d'exemple, Canada définit de façon précise un rayon de 80 kilomètres pour qu'un canadien soit considéré comme un touriste néanmoins à la condition qu'il n'ait pas traversé une frontière internationale (Meyer, 2005).

1.1.1- Le tourisme sur le plan géographique

« Le tourisme demeure malgré tout globalement un sujet à la fois dominé et hétéronome » (Lazarrotti, 2010). Il est possible de croiser le thème tourisme avec des notions de la géographie. D'ailleurs, la géographie du tourisme, malgré structurée, paraît en elle-même compliquée suivant le pays en question. Bételle (1996) précise que le tourisme est vert ; alors que pour Cazes et Potier (1998) le tourisme est urbain. Le tourisme est local pour Amirou et Bachimon (2000) ; il est bleu, sportif, religieux etc. pour tant d'autres auteurs. En effet, tout peut être tourisme (Beaudoin, 1998). Cependant, le champ de la définition paraît jusque là un peu bancal. « Ce ne sont pas les espaces, même touristiquement aménagés, qui, à eux seuls, font le tourisme. Ce sont les touristes qui, par leur présence, définissent un lieu comme touristique » (Beaudoin, 1998). Considérant cet aspect, il faut voir le touriste en particulier suivant son type de mobilité. Comme l'affirme Beaudoin (1998) : « ce qui marque le tourisme est le déplacement, le changement de lieu ». Là encore, la

question du temps doit être pris en compte car le touriste se déplace dans un temps précis qui est hors du quotidien. Cela facilite le distinguo avec le tourisme des loisirs qui est plutôt pris dans le temps du quotidien. De surcroît, le touriste ne se déplaçant pas en vain permet de distinguer le tourisme du voyage d'affaires. Là, il est possible de croiser « espace, temps et motifs ». Cela a facilité l'émergence d'une nouvelle perception du tourisme. Ce dernier, selon le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés (2003, p.931), est vu comme un : « système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la récréation des individus par le déplacement et l'habiter temporaire hors des lieux du quotidien » (Beaudoin, 1998).

Le déplacement épistémologique de l'approche géographique du tourisme ne fait pas l'unanimité (Dewailly, 2006). Entre sociologie, histoire et environnement, Kalaora (1993) met en relief tourisme et aménagement forestier. Il ne faut pas non plus ignorer les réflexions des anthropologues comme Urbain (1993,1994) et d'autres chercheurs comme Menestrel (1999) montrant à quel point le tourisme favorise l'émergence d'une culture propre reliée sur elle-même.

1.1.2- Le tourisme dans sa dimension anthropologique

Selon Ness (2003), « le tourisme est à la fois plus et moins qu'une industrie, plus et moins qu'un phénomène culturel, plus et moins qu'une forme de loisir. Son caractère est, dans sa quintessence, aussi humain que la faculté de langage (Graburn, 2010). Les anthropologues associent le tourisme avec un champ large de centres d'intérêt anthropologiques dont : l'ethnicité, les politiques locales, le développement, les inégalités sociales, les questions de genre et de culture. Selon l'approche anthropologique, le tourisme n'est en lui même une entité pouvant être définie partout de la même manière.

1.1.3- Le tourisme dans sa dimension socioculturelle

A travers une approche sociologique, Yiannakis et Gibson (1992) déterminent plusieurs rôles touristiques que les individus jouent lorsqu'ils sont en voyage. Ces différents rôles mettent en relation les comportements touristiques, les besoins psychologiques et les caractéristiques des destinations. Le tourisme, comme phénomène culturel, dépend dans une large mesure du point de départ de chaque individu. Ainsi est-il possible de voir le tourisme comme une catégorie d'expérience ; une industrie locale, nationale ou globale ; une forme de médiation et de représentation culturelle ; une acceptation des étrangers ; un facteur de globalisation ; une source

d'emploi ; une force de changement social ; et un espace de réinterprétation d'identités nationales, ethniques, de genre etc. Donc, au lieu de considérer le tourisme comme une entité en soi, il est préférable de le percevoir comme un champ social. Dans ce champ, les différents acteurs interagissent dans le temps et dans l'espace de manière physique et virtuelle. Ce qui importe à comprendre que le tourisme peut influencer les cultures locales, favoriser l'échange interculturel, mais également susciter des défis en adéquation avec la préservation des traditions et du patrimoine. Smith (1989) affirme que : « le tourisme est un phénomène social où les visiteurs se déplacent vers des destinations en dehors de leur lieu de résidence habituel, motivés par des facteurs divers tels que la recherche de détente, de culture ou d'aventure. »

Cohen (1994), de son côté, voit l'approche sociologique du tourisme en fonction des expériences touristiques recherchées. Il identifie cinq (5) modes de touriste : i) le « recreational mode » qui regroupe les touristes pour qui le voyage n'est qu'un divertissement ; ii) le « diversionary mode » qui voit le tourisme également comme un divertissement mais encore plus comme un moyen d'échapper à la vie monotone et aliénante pendant un moment ; iii) l'« experiential mode » regroupant les touristes qui ressentent un vide profond dans leur vie quotidienne et qui cherchent à expérimenter la vie des autres ; iv) l'« experimental mode » regroupant les touristes qui n'adhèrent à aucun sens spirituel et pour qui le voyage n'est qu'une alternative parmi tant d'autres (drogues, mysticisme, etc.) ; v) l'« existential mode » qui regroupe les individus qui semblent vivre en exil. Ils cherchent un centre spirituel en s'y adhérant au point de s'identifier à la culture ou la société en question.

1.1.4- Le tourisme dans sa dimension économique

Page et Connell (2006), dans une perspective critique, mettent en évidence les aspects politiques et économiques du tourisme. Leur approche se base sur les inégalités qui existent entre les destinations touristiques. La définition du tourisme sur le plan économique fait appel à la balance touristique des pays. A ce stade, le tourisme peut être vu comme une industrie générant des revenus, des emplois et contribuant au développement économique. C'est au 20^e siècle que le tourisme s'est imposé comme une source de revenus et de devises étrangères pour les pays hôtes. Le tourisme peut être aussi considéré comme une source soutenable de croissance pour une économie. D'où, il existe un rapport étroit entre le tourisme et la croissance économique. Lorsque cette dernière se fait sur le long terme, le tourisme favorisera nécessairement le développement

économique. Toutefois, cela ne peut se faire que lorsque l'intelligence et l'agilité constituent les leitmotivs d'une stratégie touristique durable et multipliable. Le tourisme impacte considérablement le Produit Intérieur Brut (PIB) grâce aux dépenses des visiteurs et aux emplois générés. C'est, en effet, une industrie majeure contribuant au développement économique des destinations touristiques.

1.1.5- Le tourisme dans une dimension technologique

La Technologie de l'Information et de la Communication (TIC)¹³ constitue un atout favorable pour le développement touristique. A travers l'audiovisuel, l'informatique et la télécommunication¹⁴ qui représentent les trois éléments clés du TIC, les voyages peuvent être mieux planifiés ; les réservations peuvent être multipliées ; et les activités de marketing plus favorables. Grâce à la technologie, les destinations touristiques arrivent à atteindre un plus grand nombre de touriste et par conséquent sont plus fréquentées. Ce qui accroît favorablement les rentrées et la croissance économiques. Selwyn (1996) souligne que : « l'imagerie des destinations touristiques circule via des brochures, des cartes postales, des photos de voyage, des sites internet, des films, des romans et d'autres médias... ». L'approche marketing attribuée au tourisme à l'aide du TIC pousse Lanquar (1994) à identifier quatre (4) groupe de touriste : i) le touriste sédentaire qui s'intéresse avant tout à la mer, le soleil et la plage ; ii) le touriste sédentaire mobile qui considère que le voyage est à la fois repos et découverte ; iii) le touriste itinérant pour qui le voyage est une recherche du dépaysement culturel et social en effectuant son voyage sous la forme de circuit touristique ; iv) le nomade qui recherche essentiellement le vrai contact avec les populations visitées et la nature.

1.1.6- Le tourisme : entre une industrie et un méta marché

Depuis 1950, le tourisme est perçu dans une dimension d'industrialisation. Plusieurs recherches donnent pour acquis qu'il existe une industrie du tourisme. Cependant, pour Leiper (1979) l'industrialisation du tourisme en elle-même ne présente que peu d'intérêt. Leiper met en question la tendance à long terme car pour considérer le tourisme comme une industrie il faut que cela provoque de grand changement : économique, social, culturel, technologique ; et donne lieu à d'autres formes d'industrie. Toutefois, il reconnaît que le tourisme possède des facteurs propres l'attribuant à la dimension d'industrialisation. De leur côté, Kaiser et Helber (1978) affirment que :

¹³ Emergées dans les années 1950 avec le développement des premiers ordinateurs (Méadel, 2019)

¹⁴ Communication à distance

« le tourisme est en réalité une collection d'industries, entreprises, ressources et attractions... » (Meyer, 2005). Ce que Boyer (2003) a qualifié de contresens. Selon lui, le tourisme est un secteur de services ; il ne transforme pas des matières premières qui seraient leau, l'air, la neige ; il ne transporte pas de produit. » (Meyer, 2005). Pour aller dans le même sens que Boyer, Leiper (1993) s'interroge sur les limites de l'industrialisation du tourisme en se posant la question : « Comment séparer la partie industrielle de la partie non industrielle du tourisme ? ». Sur la base de l'importance du tourisme dans la croissance économique, le tourisme pourrait être défini comme un méta marché. Ce qui implique que ce secteur embrasse des marchés de différents besoins relatifs au tourisme.

En guise de synthèse, il est évident que le tourisme peut être défini comme une activité économique ayant pour finalité la promotion de la croissance et du bien-être d'une région tout en attirant des visiteurs de partout. La définition de « tourisme durable », élaborée par l'Organisation Mondiale du Tourisme, semble être plus appropriée pour mener notre étude : « le tourisme durable est un tourisme qui tient compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux, actuels et futurs, répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels de l'environnement et des communautés d'accueil »¹⁵.

1.2- Le leadership stratégique

Ce concept se réfère à la capacité des décideurs à influencer, orienter et mettre en œuvre des stratégies efficaces dans l'atteinte de leurs objectifs. Dans une perspective de développement touristique durable, le leadership stratégique permet d'assurer la compétitivité et l'attractivité d'une destination touristique. Il inclut : i) la planification à long terme du développement touristique ; ii) la gestion efficace des ressources naturelles et humaines ; iii) l'innovation dans les produits et services touristiques ; iv) la prise de décision fondée sur des analyses de marché et de tendances globales.

¹⁵ [https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/essentiels/article/tourisme-durable-une-solution-pour-voyager-dans-le-monde-de-demain#:~:text=De%20quoi%20s%27agit%20Dil,mondiale%20du%20tourisme%20%2D%20OMT\).](https://www.notre-environnement.gouv.fr/actualites/essentiels/article/tourisme-durable-une-solution-pour-voyager-dans-le-monde-de-demain#:~:text=De%20quoi%20s%27agit%20Dil,mondiale%20du%20tourisme%20%2D%20OMT).)

1.3- Valorisation des atouts touristiques

Cela implique la mise en œuvre de stratégies pour exploiter au mieux les ressources naturelles, culturelles et économiques d'une destination : i) l'aménagement et la promotion du patrimoine local; ii) l'amélioration de l'expérience touristique ; iii) l'implication des communautés locales dans le développement du secteur; iv) l'intégration des technologies numériques pour optimiser la visibilité de la destination.

1.4- Tourisme durable

C'est un mode de développement touristique qui vise à minimiser les impacts négatifs sur l'environnement, tout en maximisant les bénéfices sociaux et économiques pour les populations locales. Ses principes incluent : i) la conservation des écosystèmes et de la biodiversité ; ii) l'utilisation rationnelle des ressources naturelles ; iii) l'inclusion des acteurs locaux dans la gestion touristique ; iv) l'adoption de pratiques écoresponsables par les entreprises du secteur.

1.5- Interdépendance des concepts

Il existe une certaine interdépendance entre les concepts clés de notre sujet d'étude :

Un leadership stratégique efficace permet de valoriser les atouts touristiques en mettant en place des politiques adaptées et innovantes. Alors que la valorisation des ressources naturelles et culturelles contribue à renforcer l'attractivité d'une destination tout en garantissant une approche durable. Et le tourisme durable, en retour, assure une exploitation responsable des ressources touristiques, favorisant ainsi un développement équilibré et pérenne.

1.6- Cadre institutionnel de l'objet de la recherche

Il faut rappeler que le tourisme, comme une industrie et un méta marché, représente un pôle de développement très important en contribuant à l'économie mondiale. La part du tourisme dans l'économie mondiale représente environ 10% du PIB selon l'OMT (Samuel Bates, Saturnin Dokoui, Olivier Pognon, 2007). Pour mieux comprendre l'impact du tourisme sur les recettes nationales, la balance des paiements et la création de richesse, les économistes analysent les flux touristiques. C'est le cas de Leiper (1979) qui a développé des modèles conceptuels afin d'expliquer le processus complexe du tourisme impliquant des aspects économiques dont : dépenses touristiques, multiplicateurs d'emploi etc.

Par ce cadre institutionnel, nous identifions et analysons les structures, organisations et acteurs impliqués dans le leadership stratégique et la valorisation des atouts touristiques pour le développement durable de la plage de Gelée entre 2015 et 2023. Il met en lumière les politiques publiques, les initiatives privées ainsi que les collaborations entre différents acteurs qui influencent la gestion et la promotion de cette destination touristique.

En effet, le tourisme, en tant que secteur économique majeur, repose sur plusieurs principes fondamentaux de l'administration des affaires. La gestion efficace du tourisme intègre des compétences en gestion stratégique, marketing, finance, ressources humaines et développement durable.

- **Gestion Stratégique** : L'analyse et la mise en place de stratégies de croissance pour améliorer la compétitivité de la destination de Gelée.
- **Marketing et Expérience Client** : Utilisation des stratégies de promotion et de communication pour attirer les touristes et créer des offres attractives.
- **Finance et Investissements** : Mobilisation des ressources financières pour le développement des infrastructures et des services touristiques.
- **Gestion des Ressources Humaines** : Formation et gestion des compétences locales pour améliorer l'accueil et la qualité des services.
- **Développement Durable et RSE** : Mise en place de pratiques responsables pour concilier croissance économique et préservation de l'environnement.

Plusieurs institutions publiques jouent un rôle majeur dans la gestion et la mise en valeur des ressources touristiques de la Plage de Gelée :

- ✓ **Ministère du Tourisme** : Responsable de la planification et de la mise en œuvre des stratégies nationales en matière de développement touristique.
- ✓ **Ministère de l'Environnement** : Impliqué dans la protection des écosystèmes marins et côtiers, garantissant ainsi un développement durable des activités touristiques.
- ✓ **Mairie des Cayes** : Autorité locale qui régule l'utilisation des espaces publics, gère les infrastructures locales et collabore avec les parties prenantes pour la valorisation du site.

- ✓ ***Direction Générale des Impôts (DGI)*** : Acteur financier qui régule les investissements et facilite l'importation d'équipements pour le développement du tourisme.

Outre les acteurs publics, le secteur privé des affaires joue également un rôle capital dans la gestion et la valorisation de la plage, entre autres :

- ✓ ***Entreprises touristiques et hôtelières*** : Investisseurs privés qui participent à l'aménagement et à l'exploitation des infrastructures touristiques.
- ✓ ***Agences de voyages et tour-opérateurs*** : Facilitent l'accès des visiteurs à la plage et proposent des services adaptés aux touristes.
- ✓ ***Associations de pêcheurs et artisans locaux*** : Parties prenantes dans la création d'expériences authentiques pour les visiteurs.

Par ailleurs, plusieurs Organisations non-gouvernementales (ONG) environnementales et de développement durable collaborent avec les autorités locales pour assurer une exploitation touristique responsable, notamment en termes de conservation des ressources naturelles. Sans ignorer des institutions internationales dont l'Organisation Mondiale du Tourisme qui apportent leur expertise et financent des projets pour renforcer le tourisme durable.

Cadre réglementaire et législatif

Le développement touristique de la Plage de Gelée est régi par plusieurs lois et réglementations :

- ***Loi sur la Protection de l'Environnement et du Littoral*** : Encadre les activités touristiques pour limiter l'impact écologique.
- ***Loi sur les Investissements Touristiques*** : Offre des incitations fiscales et des facilitations administratives pour attirer les investisseurs.
- ***Réglementations municipales*** : Concernant l'utilisation des espaces publics, la gestion des déchets et le respect des normes sanitaires.

1.7- Eléments de contextualisation de l'objet d'étude

Avant d'aborder le tourisme dans la ville des Cayes qui constitue notre zone d'étude, il convient de le voir dans le contexte mondial et national question d'avoir suffisamment d'arguments pour mieux analyser le sujet dans le contexte local et son apport au développement durable.

1.7.1- Le tourisme dans le monde

Le tourisme est aujourd'hui une véritable industrie dans le monde. Au cours du XX^{ème} siècle, il se démocratise progressivement et prend les traits d'une industrie. L'explosion du tourisme populaire a été favorisée par l'introduction des congés payés ; aux USA, à partir de 1914, en Italie en 1924, au Royaume uni et en Allemagne en 1934, en France en 1936.

Après la seconde guerre mondiale¹⁶ se produit la véritable expansion de la pratique touristique dans les pays industrialisés. Outre les congés payés, les facteurs qui encouragent ce grand changement sont à rechercher dans la rapide croissance économique par rapport au pouvoir d'achat de la population. Donc, le tourisme est un phénomène social strictement lié à l'essor de la civilisation industrielle. Les transformations économiques, sociales et technologiques qui se sont suivies depuis, ont déterminé des changements radicaux dans la consommation et la perception du tourisme ; changements qui lui ont permis, dans les espaces d'un siècle, de passer du phénomène élitiste au phénomène de masse.

La mise en valeur du tourisme est un aspect qui a pris une grande tournure dans la gestion des villes et qui permet de développer une augmentation touristique très performante. Le développement de l'écotourisme, comme toute autre forme, nécessite la création d'infrastructures et l'afflux de personnes ayant des cultures, des valeurs et des besoins différents.

Il faut reconnaître que le tourisme est une activité économique ; qu'il doit être reconnu comme un agent de développement et de changement ; et que le degré de consommation qu'on en fait est déterminé par le style de développement proposé par les acteurs des pays en question.

Toutefois, il ne faut pas nier non plus que le tourisme puisse avoir des conséquences néfastes tant sur la population locale que sur la culture. Il revient aux acteurs de mettre en place des balises

¹⁶ Du 1^{er} septembre 1939 au 2 septembre 1945

pouvant réglementer le secteur. Si pour un économiste le tourisme est une chance pour le développement, un ethnologue estime qu'il est au contraire une menace supplémentaire pour la survie de la diversité des cultures et des sociétés humaines.

1.7.1.1- Le développement par le tourisme

Développer le tourisme exige la construction d'infrastructures importantes qui représentent des investissements énormes. En effet, dans les pays du Sud dont : Haïti, Cuba et République Dominicaine, la grande majorité de la population n'a pas les moyens nécessaires pour entreprendre de telle démarche. Dans le cas des pays en développement, il convient de faire coïncider au maximum la création d'infrastructure avec les intérêts du développement local. Par ailleurs, des régions telles que l'Afrique et l'Asie ne disposent pas des infrastructures d'accueil et de transport suffisantes. Il convient donc aux états de favoriser les investissements privés par le biais d'une fiscalité ou d'un droit avantageux afin de répondre aux capacités d'accueils.

1.7.1.2- Le tourisme : une opportunité mondiale

Au fur et à mesure, le tourisme international est devenu une partie fondamentale de la spécialisation internationale des pays. Au même titre que le commerce international des marchandises et les mouvements des capitaux dans certains pays, le poids du tourisme international est supérieur à celui des échanges internationaux de marchandises.

Le tourisme est par ailleurs un vecteur de mobilité des personnes, des devises, des modes de consommation. Il peut se trouver en tant que concurrent des activités traditionnelles sur un territoire donné. Non seulement il contribue à diversifier les ressources en devises des pays (particulièrement important dans le cadre du remboursement de la dette), mais également par le fait que la balance des opérations touristiques ne subit pas les aléas de la dégradation des termes de l'échange comme la balance commerciale : c'est un avantage essentiel surtout pour le développement des pays moins avancés.

Aujourd'hui, le tourisme génère directement environ quatre mille (4 000) emplois. L'allongement à (8) huit mois de la période d'activités permettrait de porter le temps annuel de travail à mille deux cents (1 200) voire mille six cents (1 600) heures. Si l'on attelle à cet emploi une période de formation professionnelle de trois mois au moins, on obtient des emplois avec une réelle

perspective de professionnalisation et d'évolution de carrière. Ces emplois deviendront alors véritablement attractifs pour la jeunesse.

1.7.1.3- Classement mondial des destinations et des marchés émetteurs

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estime le nombre de voyageurs internationaux à 940 milliards en 2010, soit 39% de plus qu'en 2000 (Levasseur, 2011). Non seulement le classement des destinations a beaucoup changé au cours des dernières années, mais la répartition des touristes se fait maintenant entre un très grand nombre de pays. Voici quelques observations marquantes des arrivées internationales dans les principales destinations.

Les cinq premiers pays du classement représentaient soixante-dix pour cent des arrivées en 1950 et trente et un pour cent en 2010. Les autres pays, soit les dix dernières destinations au classement, comptaient pour trois pour cent des arrivées en 1950, trente-quatre pour cent en 1990 et quarante-quatre pour cent en 2010.

La Chine est non seulement un marché émetteur très actif, mais également une destination extrêmement populaire. La Malaisie, La Turquie et Hong-Kong ont aussi gagné d'importantes parts de marché. Depuis les années 2000, les six premières positions sont plutôt stables. La France affiche une confortable avance et la Chine qui a surpassé l'Espagne en 2010, talonne maintenant les Etats-Unis.

En matière de recettes touristiques, ce sont les Etats-Unis qui jouissent de la première position avec une solide longueur d'avance. Par ailleurs, l'Espagne devance la France. Si certains pays occupent un rang similaire, d'autres sont carrément absents d'un classement ou d'un autre. Les pays figurant dans le classement des arrivées mais non dans celui des recettes sont : La Russie (27^{ème}), la Pologne (30^{ème}), l'Ukraine (50^{ème}), la Grèce (21^{ème}) et l'Egypte (22^{ème}). A l'inverse certains pays ont des recettes touristiques élevées par rapport au nombre de visiteurs tels que : les Pays-Bas (21^{ème}), la Suisse (28^{ème}), le Japon (29^{ème}), l'Australie (41^{ème}) et l'Inde (42^{ème}).

a) Tableau 1¹⁷ : Classement des arrivées internationales dans les principales destinations (1950-2010)

Rangs	1950	1970	1990	2000	2010
1	Etats-Unis	Italie	France	France	France
2	Canada	Canada	Etats-Unis	Etats-Unis	Etats-Unis
3	Italie	France	Espagne	Espagne	Chine
4	France	Espagne	Italie	Italie	Espagne
5	Suisse	Etats-Unis	Autriche	Chine	Italie
6	Irlande	Autriche	Mexique	Royaume-Uni	Royaume-Uni
7	Autriche	Allemagne	Allemagne	Mexique	Turquie
8	Espagne	Suisse	Royaume-Uni	Canada	Allemagne
9	Allemagne	Yougoslavie	Canada	Allemagne	Malaisie
10	Royaume-Uni	Royaume-Uni	Chine	Autriche	Mexique
11	Norvège	Hongrie	Grèce	Pologne	Autriche
12	Argentine	Tchécoslovaquie	Portugal	Grèce	Ukraine
13	Mexique	Belgique	Suisse	Portugal	Hong-Kong
14	Pays-Bas	Bulgarie	Yougoslavie	Malaisie	Russie
15	Danemark	Roumanie	Malaisie	Pays-Bas	Canada
	Autres	Autres	Autres	Autres	Autres
Total	25 millions	166 millions	436 millions	683 millions	880 millions

Source : Organisation Mondiale du Tourisme, citée par Maïthé Levasseur (2011)

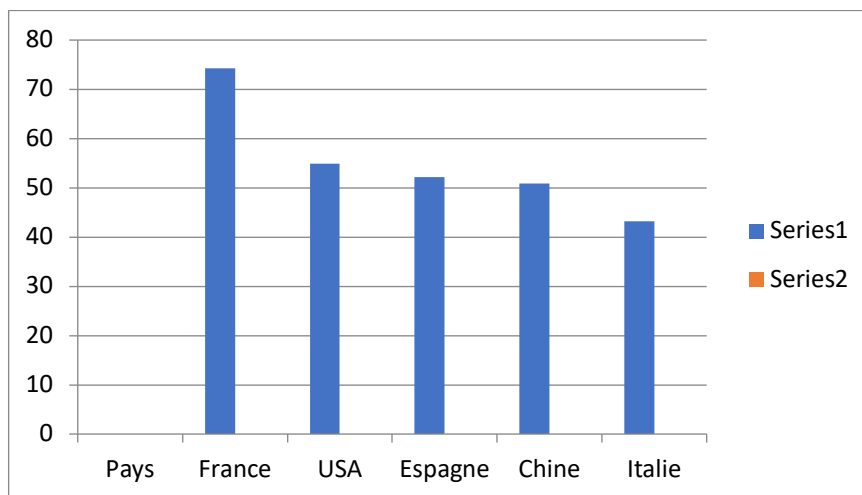
¹⁷ Tiré dans l'article de Maïthé Levasseur "flux touristiques : classement Mondial des destinations et des marchés émetteurs".

b) Tableau 2 : Principales destinations touristiques mondiales en 2009¹⁸

Rangs	Pays	Entrées touristiques internes
1	France	74.2 millions
2	Etats-Unis	54.9 millions
3	Espagne	52.2 millions
4	Chine	50.90 millions
5	Italie	43.2 millions

Source : Organisation Mondiale du Tourisme dans « *faits saillants du tourisme, 2009* »

c) Graphe 1 : Principales destinations touristiques mondiales en 2009



En 2012 les arrivées touristiques ont augmenté de 4% et ont atteint les 1, 035 milliard. Cela a fait passer le classement¹⁹ par pays au titre de recettes comme suit : les États-Unis d'Amérique, l'Espagne, la France, la Chine, l'Italie, Macao, l'Allemagne, le Royaume-Uni, Hong Kong et l'Australie.

¹⁸ <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413607>

¹⁹ Source du classement : veilleinfotourisme.fr, cité dans : “<https://www.mediaterre.org/eau/eactu,20131010102752,3.html>”

1.7.1.4- Dépenses touristiques mondiales en 2012

Selon Onu Tourisme (2013), en 2012, la Chine a dépensé 102 milliards d'USD en voyage à l'étranger : un chiffre qui l'a hissée au premier rang des marchés émetteurs de tourisme au monde en termes de dépenses (Risi, 2013). D'autres marchés émergents ainsi que des marchés émetteurs de tourisme plus traditionnels ont aussi connu des résultats positifs en 2012. Au cours de la dernière décennie, la Chine a été le marché émetteur de tourisme à plus forte croissance au monde. Cette croissance soutenue a amené la Chine à devenir en 2012 le pays au monde qui dépense le plus en tourisme international.

D'autres marchés émergents ont aussi accru leur part des dépenses de tourisme international : La Fédération Russe, avec 43 milliards d'USD, a enregistré une augmentation de 32% qui lui a permis de remonter du 7^{ème} au 5^{ème} rang. Le Brésil a aussi affiché en 2012 des dépenses de 22 milliards d'USD qui l'ont élevé au 12^{ème} rang alors qu'il n'occupait que le 29^{ème} en 2005.

1.7.1.5- Recettes touristiques mondiales

Les recettes totales d'exportation du tourisme international ont atteint 1.400 milliards de dollars en 2013 selon le baromètre de l'Organisation Mondiale du Tourisme²⁰. Les recettes que les visiteurs internationaux ont laissées dans les caisses des destinations ont augmenté de 5% pour atteindre 1.159 milliards de dollars et le transport de passagers internationaux a apporté quant à lui 218 milliards (Info, 2014).

Ce sont des résultats très positifs puisque l'augmentation du nombre de touristes internationaux, de l'année 2012 est la même que celle des recettes générées par plus d'un milliard de touriste qui ont sillonné le monde en 2013 a déclaré le secrétaire général de l'OMT de l'époque, Taleb Rifai. Ces résultats confirment le rôle de plus en plus important que le secteur du tourisme joue pour stimuler la croissance économique et contribuer au commerce international.

- La situation en Europe

Ce continent qui absorbe 42% de l'ensemble des recettes du tourisme international a enregistré la plus forte croissance en 2013 avec 35 milliards de dollars supplémentaires lui permettant d'atteindre 489 milliards de dollars. La comparaison de l'Ile de Chypre, indépendante, membre de

²⁰ Publié en 2014

l'Union Européenne est édifiante. Avec moins de trois millions de visiteurs en 2001, Chypre tirait de l'industrie touristique 20% de son PIB et plus de 40 mille emplois²¹. Dans cette Ile où les richesses naturelles sont inférieures à celles de la Corse, le tourisme est la locomotive de l'économie et permet un niveau de vie tout à fait comparable à d'autre.

- Les destinations de l'Asie et de l'Amérique

Celles de l'Asie pacifique, qui représentent 31% de toutes les recettes touristiques, ont accru leurs revenus de 30 milliards de dollars pour atteindre 359 milliards de dollars. Aux Amériques, part de 20%, les recettes ont augmenté de 16 milliards jusqu'à 229 milliards de dollars. En chiffres relatifs, c'est en Asie pacifique que les recettes ont le plus vite augmenté (+8%). Viennent ensuite les Amériques (+6%) et l'Europe (+4%).

Pourquoi ce qui est possible dans une Ile de 460 mille habitants dont un tiers est occupé par l'armée Turque, n'est pas aussi réalisable en Haïti ? En effet, qu'en est-il d'Haïti ?

1.7.2- Le tourisme en Haïti

La République d'Haïti est un pays de la Caraïbe. Elle occupe le tiers occidental de la deuxième partie, après Cuba, des grandes Antilles qu'elle partage avec sa voisine, la République Dominicaine, deux fois plus étendue mais moins peuplée. L'Ile a été baptisée dans l'histoire par les espagnols : Hispagnola ou Espaniola ou Hispaniola, puis Santo-Domingo. Quand les français prirent la possession de la colonie, ils la baptisaient : Saint-Domingue. Le 9 mai 1801, Toussaint Louverture fut proclamé Gouverneur général à vie de Saint-Domingue. Le premier janvier 1804, Dessalines proclama l'indépendance du pays sous le nom de « Haïti », le nom qu'utilisaient les indiens Arawak Tainos et qui est parfois transcrit en « Aïti » ou « Ayiti ». (Dumas, 1843)

La disposition digitée des grandes lignes du relief esquisse la physionomie particulière du pays. Avec l'avancé de deux péninsules des deux côtés du golfe de la Gonâve. Cette forme donne un développement côtier considérable et allonge les distances : malgré l'exigüité du territoire, la distance est en Haïti un facteur géographique de grande importance.

Le Pays est constitué de trois unités montagneuses : la plus grande dans le grand Sud forme les massifs de la hotte et de la selle. Le sommet culminant est le pic de la selle, 2680 mètres. Vers le

²¹ Source : Organisation Mondiale du Tourisme

centre se développe la chaîne centrale constituée par les chaînes des matheux et des montagnes du trou d'eau. La capitale du pays, Port-au-Prince, se trouve entre les deux, dans la vallée appelée cul-de-sac, prolongeant de la fosse dominicaine d'enriquillo. Après la vallée de l'Artibonite, s'étend le système montagneux septentrional formé par les massifs de terre-neuve, des montagnes noires et du nord bordé au Sud-est par le plateau central et au Nord par la plaine côtière du nord. On estime que trente pour cent de la superficie d'Haïti dépassent les 500 mètres d'altitude.

Les plaines côtières sont les plus souvent étroites. Elles sont parfois coupées de saillies, falaises et autres. Elles sont vigoureusement encadrées par de puissants versants. Au Sud, l'une des plus larges est la plaine des Cayes. Les plaines alluviales du Nord, en bordure de l'Atlantique, sont généralement plates, parfois marécageuses aux environs de la côte. Au total, les plaines couvrent 17% de la superficie du pays. La plus importante étant celle de l'Artibonite avec 1 300 kilomètres carré. Les sols proviennent en général de la dégradation d'une masse montagneuse de roches calcaires. Trois quarts de la superficie du pays sont constitués par des mornes et des pentes de montagnes abruptes dont le sol est mince.

Dans l'ensemble, le climat est tropical modéré : deux saisons pluvieuses (printemps et automne), deux saisons sèches (Hivers et été). Des températures sensiblement constantes sur l'année entre 24 et 28 degré à Port-au-Prince, entre 16 à 18 degré à une altitude de 1 200 à 1 500 mètres. Le pays, particulièrement le sud, n'est pas à l'abri des cyclones. Ces derniers s'étendent de la période allant de juin à novembre. La végétation naturelle d'Haïti est typiquement tropicale. On peut pratiquement produire dans l'une ou l'autre région du pays toutes les plantes. L'agriculture constitue la base de son économie et jadis, il était la *perle des Antilles*²².

Sur le plan forestier, la couverture forestière d'Haïti était de plus de 30% en 1940, de 10% en 1976. Elle est de 2 à 3% aujourd'hui. La rigueur, la durée de la saison sèche, la dégradation du régime hydrographique et les actions des habitants sur l'environnement contribuent à rendre la situation préoccupante. A cause de ce fléau, on estime qu'actuellement plusieurs espèces animales et végétales sont fortement menacées. La création en 1943 des parcs nationaux dans l'Ouest et le Sud a contribué à enrayer le phénomène mais les entretiens manquent.

²² La plupart des informations sont tirées dans l'ouvrage d'Alexandre Dumas, Paris. 1843

1.7.2.1- Le potentiel touristique d'Haïti

L'activité touristique répond non seulement à l'attrait de la découverte d'autres contrées, d'autres cultures et civilisations, mais surtout au besoin de dépaysement et d'exotisme dans un cadre en général intimement lié aux paysages qu'offrent les tropiques : climat tropical idéal procurant soleil, sable et mer chaude au long de l'année. En Haïti, des potentialités naturelles attrayantes pour le tourisme qui sont liées non seulement au climat mais aussi à la biodiversité de l'environnement, à la variété des paysages et des cultures s'ajoutent : i) les richesses d'une culture fortement affirmée et vivante dont l'expression artistique populaire constitue un spectacle de grand intérêt pour les visiteurs ; ii) les vestiges d'un passé glorieux et prestigieux que personnifient les nombreux monuments et sites historiques ; iii) les charmes désuets d'anciennes villes historiques. Plusieurs caractéristiques dénotent les attraits touristiques de la République d'Haïti :

- a) Un très long développement linéaire de rivage sur plus de 1 500 km, où dominant des côtes rocheuses mais comportant également une multitude de criques et de sites balnéaires situés en général dans des paysages environnant de qualité et vierges.
- b) Des fonds coralliens particulièrement riches et variés, facilement accessibles.
- c) Des conditions de navigation relativement favorables, réclamant cependant une certaine prudence en période cyclonique, stabilité des vents, nombreux sites de mouillages, divers ports de plaisance et de pêche traditionnelle typiques.
- d) Un décor montagneux impressionnant qui présente une variété exceptionnelle d'écosystème allant du tropical humide à l'aride.
- e) Un paysage agricole très varié, ponctué de vergers qui remplacent l'exubérance de la végétation naturelle disparue et particulièrement animée par la dispersion de l'habitat et une vie rurale intense.
- f) Les richesses de sa flore et de sa faune, marquées par un haut degré d'endémicité.
- g) Un circuit de grottes généralement mal connu mais d'une très grande richesse.

Tous ces attraits de la nature haïtienne, tant de fois chantés par nos poètes, jouent en faveur d'une attraction touristique en Haïti. L'histoire retient que, pendant le régime de Duvalier, le nombre de touristes ayant visité Haïti a évolué. Mais l'instabilité politique et sociale de la décennie qui suit le départ de Duvalier fils, a renversé la situation. Il a fallu attendre l'administration de Martelly, surtout avec l'empreinte de la ministre Stéphanie Balmir Villedrouin à la tête du ministère du

tourisme pour redonner officiellement vie à ce secteur en affichant Haïti comme une destination touristique malgré sa portée artificielle notamment avec un imposant projet touristique haut de gamme mis en œuvre dans le Sud du pays (Bruno Sarrasin, Luc Renaud, 2014).

1.7.2.2- Haïti au seuil du tourisme

A partir de la prospection du marché international (Europe, Etats-Unis et Canada) ainsi que des partenaires de la Caraïbe, il a été intéressant d'observer qu'en dépit de la longue période d'absence d'Haïti sur les catalogues des tour-opérateurs, un vif intérêt a été manifesté, surtout avec l'arrivée de Joseph Michel Martelly au pouvoir, pour le retour de cette destination touristique.

Si en 1995, Haïti n'avait que 843 chambres à standard international sur 1 629 réparties en 36 hôtels dans la compétitivité des destinations touristiques, de nos jours le ministère de tourisme via son projet de classification des hôtels à l'aide des hibiscus, estime que beaucoup d'efforts ont été consentis et des investissements sont faits dans le secteur de l'hôtellerie. Les hôtels sont ainsi classés de 1 à 5 hibiscus, qui pourraient remplacer les étoiles comme indice de classification. Toutefois, jusqu'à présent on n'a pas un nombre exact de chambre d'hôtel existant dans le pays suivant le contexte dans lequel certains investisseurs se lancent dans cette activité (Victorin, 1999).

Tout cela laisse à penser que le niveau est encore restreint par rapport aux apports du libre échange. Ainsi, pour couvrir les composantes de la demande touristique, trois types de biens d'équipement sont utilisés :

- 1- La station de séjour balnéaire
- 2- L'escale pour paquebot de croisière
- 3- Le relais de circuit (petits hôtels de 25 à 50 chambres).

Il est à rappeler qu'au début du 20^{ème} siècle les visiteurs étaient accueillis en Haïti dans des résidences privées appelées plus tard « Guest-House ». Avec la création de la ligne aérienne PANAM, Port-au-Prince ouvrira son 1^{er} hôtel, Le Splendid, qui ne proposait que 15 chambres.

1.7.2.3- Apport du tourisme dans l'économie haïtienne

En 1930, vingt bateaux de touristes touchèrent Haïti. Il s'agissait d'excursionnistes. Mais le mouvement touristique a pris de l'ampleur surtout à partir de 1949 à la faveur d'une série de circonstances favorables dont : la vogue des croisières d'hivers, l'exposition internationale de Port-

au-Prince etc. Dans les années 50, la croissance s'est faite plus rapide : 17 700 touristes en 1951 et 67 700 en 1956, essentiellement des excursionnistes américains. Avec une durée moyenne d'environ trois jours, et les dépenses moyennes de 35 à 45 dollars américains par jour, l'économie haïtienne s'était réjouie de cet élan. Le support brut aurait été de 7 à 8 millions de dollars en 1956 selon une enquête menée par l'Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI). Les rentrées annuelles du tourisme pour les années 50 auraient donc été importantes, soit 20 à 25% du montant des exportations, alors principale source de devise du pays.

Après avoir atteint le chiffre de 145 mille en 1959, le nombre des arrivées de touristes s'est effondré. Ce, à cause de la terreur politique et de la mauvaise qualité des relations officielles entre Etats-Unis et Haïti qui se traduisait par une image défavorable du pays à l'extérieur ; tel est toujours le cas suivant les déclarations désobligeantes des autorités américaines vis-à-vis d'Haïti. La déclaration du président américain, Donald Trump, en janvier 2018, sur la réforme de l'immigration des Etats-Unis en est un élément justificatif. Le président de la puissance étoilée a qualifié les pays d'Afrique et Haïti de « pays de merde » par devant des sénateurs et des représentants de la presse.

Alors que les arrivées de touristes évoluaient à la hausse dans les autres destinations de la caraïbe, elles enregistraient une nette tendance à la baisse en Haïti entre 1980 et 1987, où elles atteignaient le nombre de 295 715 touristes toutes catégories confondues. En 1989 on comptait 341 288 touristes dans les chiffres annuels. La tendance suit une pente déclinante jusqu'en 1994. Cette baisse s'explique par la mauvaise image faite du pays avec le sida, la situation politique, l'absence de publicité et aussi les conséquences du coup d'Etat de 1991.

a) Tableau 3 : Arrivées annuelles des visiteurs en Haïti en milliers (période 1979-1993)

Années	Touristes	Excursionnistes	Total
1979	143.5	188.3	331.8
1980	136.0	159.7	259.7
1981	129.6	117.8	247.4
1982	147.0	96.8	243.8
1983	145.9	96.0	241.9

1984	144.7	95.0	239.7
1985	149.7	80.0	229.7
1986	111.7	70.0	181.7
1987	121.8	119.7	241.5
1988	132.2	192.0	324.7
1989	149.2	192.0	341.2
1990	143.8	192.0	335.8
1991	119.2	1200	239.2
1992	89.6	-	89.6
1993	76.7	-	76.7

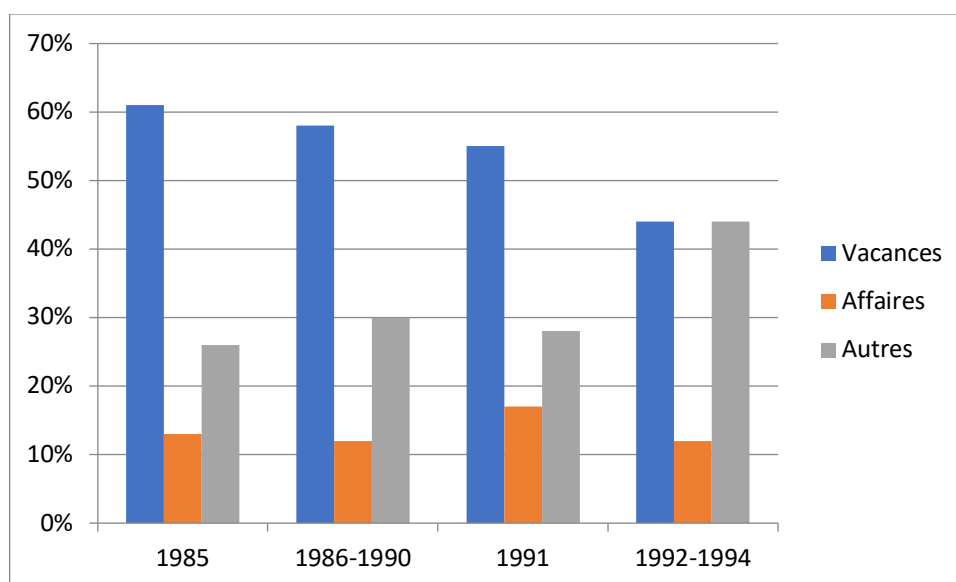
Source : Ministère du tourisme

b) Tableau 4 : Répartition des touristes en Haïti par catégorie (Période : 1985-1994)

Années	Vacances	Affaires	Autres	Total
1985	61%	13%	26%	100%
1986-1990	58%	12%	30%	100%
1991	55%	17%	28%	100%
1992-1994	44%	12%	44%	100%

Source : Ministère du tourisme

c) Graphe 2 : Répartition des touristes en Haïti par catégorie (Période : 1985-1994)



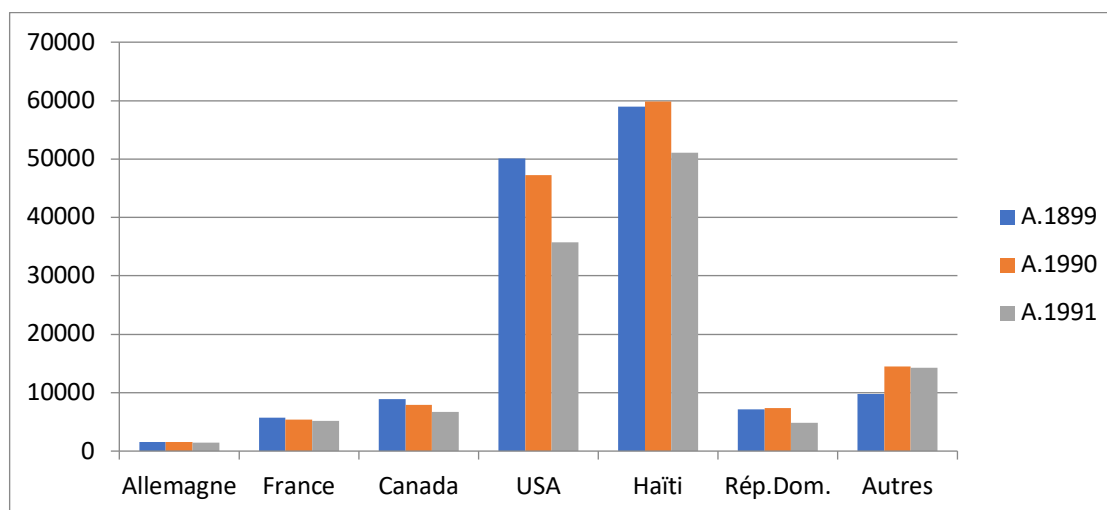
Ce phénomène est normal pour la période de gouvernements non reconnus et de sanctions économiques. Il n'en est pas ainsi pour la période précédente où est reflété plutôt le manque d'intérêt pour Haïti comme destination touristique à cause d'un problème d'image, d'instabilité, de dégradation de l'infrastructure touristique et d'hôtellerie.

d) Tableau 5 : Répartition des touristes en Haïti par pays de naissance (1989-1991)

Pays	1989	1990	1991
Allemagne	1 604	1 526	1 454
France	5 686	5 424	5 194
Canada	8 898	7 953	6 694
Etats-Unis	50 119	47 232	35 748
Haïti	58 915	59 822	51 089
République Dominicaine	7 135	7 363	4 881
Autres	9 728	14 437	14 216
Total	149 288	143 757	119 276

Source : Ministère du tourisme

e) Graphe 3 : Répartition des touristes en Haïti par pays de naissance (1989-1991)



Le niveau et la qualité des statistiques ne permettent pas d'avoir une idée exacte des flux de profits provenant du secteur touristique et d'avoir de plus amples informations pour cette dernière décennie. Mais le constat prouve que beaucoup d'efforts se font dans le secteur.

Les rentrées nettes de devises auraient été de 38,2 millions de dollars américains en moyenne sur la période 1985-1991 et de 20,3 millions de 1992 à 1994. La valeur ajoutée dans l'économie nationale est bien moindre que ce que laisse supposer les entrées brutes et le solde net à peu près équivalent à ce que les touristes haïtiens dépensent à l'étranger si l'on croit les données de la Banque Centrale d'alors.

1.7.2.4- Recettes touristiques en Haïti

Au niveau du tourisme international, le poids de la diaspora représente environ les deux tiers de la contribution aux recettes. Pour le tourisme national, la très faible contribution positive du tourisme extérieur des résidents (environ 4.8 millions de dollars américains) est encore très loin d'équilibrer les 96 millions dollars de contribution négative du tourisme émetteur (Touristes résidents, voyageant à l'étranger). En se fondant sur les types de voyageurs haïtiens à l'étranger, des sorties sont estimées à environ 100 millions de dollars américains en 1996, entre 130 et 160 millions en 2000, entre 170 et 250 millions en 2004. Ce phénomène est qu'en partie du tourisme, lié au fonctionnement de la communauté haïtienne métropolitaine et diaspora qui inclut des transferts d'argent, des compensations, des paiements d'études etc.

- Le tourisme une industrie d'export pour Haïti

Le tourisme est une industrie de service. La cible de la clientèle étant pour l'essentiel, le marché international (étranger et haïtien de la diaspora). Les ventes donnent lieu à la rentrée de devises. Dans la mesure où un touriste consomme dans le pays où il séjourne, il doit acquitter la taxe de consommation en vigueur dans le pays, quelle qu'en soit la provenance. Il en va de même pour les taxes douanières ou indirectes qui frappent la consommation de certains produits. Dans ce cas, on ne peut, sauf appliquer au secteur du tourisme, une législation prévue pour des entreprises qui exportent les produits et les équipements qui seront consommés ou investis à l'extérieur du pays a déclaré le site de consommation « off-shore ».

L'avantage pour l'industrie touristique serait notable, cela réduisait son prix de vente de 10% (effet de l'exemption de TCA²³) et peut-être de beaucoup plus (effet des taxes frappant spécifiquement certains produits de consommation), donc lui permettrait de proposer sur le marché international

²³ Taxes sur les chiffres d'affaires

des prix encore plus compétitifs en particulier face à la concurrence des Iles bénéficiant d'un statut de paradis fiscal.

- **Tourisme et politiques publiques**

Avec l'arrivée du président Michel Joseph Martelly au pouvoir, une nouvelle orientation est donnée au secteur touristique. Le gouvernement dès lors, administré par le premier ministre Laurent Salvador Lamothe, a mené une campagne ouverte afin de vendre le pays sur le marché touristique international. Ainsi de nouveaux projets ont-ils été envisagés. Dans un arrêté²⁴ publié en 2012 par le gouvernement de Laurent Salvador Lamothe, on peut lire :

- Tout établissement d'hébergement touristique fait l'objet d'un classement selon les modalités fixées dans le présent Arrêté. (*Article 3*)
- Les établissements d'hébergement touristique seront classés en cinq (5) rangs qui s'expriment en hibiscus. La valorisation des espaces physiques, les services offerts, l'entretien des lieux ainsi que le respect des normes sanitaires seront privilégiés dans ce classement. (*Article 12*)
- Le classement est réalisé en accumulant les points attribués à chacun des critères d'évaluation. La classe 1 hibiscus correspond à un total de points compris entre 213 et 229; la classe 2 hibiscus correspond à un total de points compris entre 230 et 329; la classe 3 hibiscus correspond à un total de points compris entre 330 et 467; la classe 4 hibiscus correspond à un total de points compris entre 468 et 500; la classe 5 hibiscus correspond à un total de points compris entre 501 points et plus. (*Article 13*)

A travers le Conseil Consultatif du Tourisme (CCT)²⁵, le gouvernement voulait dynamiser et renforcer les synergies entre les secteurs privés et les secteurs publics tant au niveau national que régional et faire du tourisme un outil de développement durable. Ce conseil offrait au secteur touristique des prérogatives et moyens qui lui ouvrent une plus large marge d'initiative et lui permettent la poursuite d'un dialogue quasi continu avec les professionnels, les investisseurs et les collectivités locales. Cet organe, conjuguant les moyens du secteur public et du secteur privé, s'est donné pour principale mission d'encadrer le développement du tourisme dans le pays.

²⁴ https://www.haitilibre.com/docs/Projet_darrete_etablissements_dhebergement_I.pdf

²⁵ Créé par le ministère du tourisme le 5 décembre 2012 (par arrêté).

CHAPITRE DEUXIEME

II- CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE

Ce chapitre du travail est subdivisé en trois grands points : d'abord le cadre théorique qui présente l'analyse des concepts et des théories fondamentales permettant de comprendre l'interaction entre le leadership stratégique, la valorisation des atouts touristiques et le développement du tourisme durable sur la Plage de Gelée. Il s'appuie sur des approches théoriques issues du management, du tourisme et du développement durable. Ensuite, il présente des théories économiques applicables au développement touristique. Enfin, des modèles économétriques sont utilisés en vue d'expliquer le processus du développement par le tourisme, suivis du cadre méthodologique utilisé pour mener l'étude.

2.1- Cadre théorique

2.1.1- Théories du Leadership Stratégique

Le leadership stratégique est essentiel dans le secteur touristique, car il oriente la prise de décision et la gestion des ressources pour assurer une croissance soutenable. Plusieurs théories expliquent son impact :

- **La théorie des ressources et des compétences (Barney, 1991)** : elle met en avant le fait qu'un avantage concurrentiel durable repose sur des ressources précieuses, rares et difficiles à imiter. Dans le cas de la Plage de Gelée, l'exploitation durable des ressources naturelles et culturelles est essentielle pour renforcer son attractivité.
- **La théorie du leadership transformationnel (Bass & Avolio, 1994)** : elle insiste sur le rôle des leaders visionnaires capables de mobiliser les acteurs locaux autour d'une vision commune du développement touristique. Une gouvernance inclusive et participative favoriserait la mise en valeur des atouts de la plage de Gelée.
- **L'approche contingente du leadership (Fiedler, 1967)** : elle suggère que l'efficacité du leadership dépend du contexte. Dans un environnement touristique en évolution, l'adaptabilité des dirigeants est un facteur clé pour gérer les défis environnementaux et économiques.

2.1.2- Théories de la Valorisation des Atouts Touristiques

La mise en valeur des atouts touristiques repose sur des stratégies managériales adaptées, intégrant le patrimoine naturel, culturel et infrastructurel de la destination.

- **La théorie du développement touristique durable (Butler, 1980)** souligne que les destinations touristiques passent par différentes phases de développement et qu'une gestion proactive est nécessaire pour éviter le sur-tourisme et la dégradation des ressources naturelles. Dans le cas de la plage de Gelée, il est crucial d'anticiper les effets négatifs du développement non maîtrisé.
- **La théorie de l'économie de l'expérience (Pine & Gilmore, 1999)** met en évidence l'importance de créer des expériences uniques pour attirer et fidéliser les touristes. La mise en avant des traditions locales, de la gastronomie et des paysages naturels pourrait renforcer l'attractivité de la destination.
- **L'approche du capital territorial (Pecqueur, 2001)** affirme que les spécificités locales doivent être intégrées dans les stratégies de développement touristique. La Plage de Gelée pourrait capitaliser sur son identité culturelle et son patrimoine naturel pour se différencier des autres destinations.

2.1.3- Théories du Tourisme Durable

Le développement du tourisme durable vise à concilier croissance économique, respect de l'environnement et bien-être des communautés locales.

- **La théorie du développement durable (Brundtland, 1987)** définit un modèle de croissance qui répond aux besoins du présent sans compromettre ceux des générations futures. Dans le contexte de la plage de Gelée, cela signifie une exploitation raisonnée des ressources naturelles et une implication des acteurs locaux dans la gouvernance touristique.
- **La théorie du tourisme responsable (Goodwin, 2011)** met en avant l'importance d'un tourisme éthique et respectueux des populations locales. La mise en place de pratiques éco-responsables et l'implication des communautés locales dans l'offre touristique sont des leviers importants pour un développement harmonieux.

- **Le modèle des trois piliers du développement durable (Elkington, 1997)** souligne l'équilibre entre les dimensions économique, sociale et environnementale. Une gestion efficace du tourisme sur la plage de Gelée doit assurer la viabilité financière des activités tout en protégeant l'environnement et en apportant des bénéfices aux populations locales.

En somme, un leadership transformationnel impliquant les autorités locales, les investisseurs et la population est nécessaire pour assurer une gestion efficace du tourisme et une exploitation raisonnée des ressources naturelles et la mise en avant du patrimoine culturel. Ce qui permettra de renforcer l'attractivité de la plage tout en garantissant sa préservation. En effet, l'intégration de pratiques écoresponsables, telles que l'éco-tourisme ou l'utilisation d'énergies renouvelables, contribuera à un développement harmonieux de cette destination.

2.2- Approches économiques et développement touristique

Plusieurs théories peuvent être considérées dans le cadre de cette étude afin de mettre en évidence la corrélation qui existe entre le tourisme et le développement économique.

2.2.1- Le développement touristique au regard des théories monétaires

Une approche monétaire pourrait être utilisée en vue de mesurer l'apport du tourisme dans une démarche de développement. Soit l'approche monétaire d'Irving Fisher mettant l'accent sur la théorie quantitative de la monnaie (la masse monétaire, le niveau des prix et la production) ; soit celle de Milton Friedman, axée sur les attentes rationnelles et la théorie monétariste notamment les réponses des agents économiques aux changements de politique monétaire (Maurice, 1964).

Les théories monétaires, notamment la théorie quantitative de la monnaie, s'accroissent sur le rôle de la monnaie dans l'économie et sur la manière dont les politiques monétaires impactent la croissance économique. Donc, au sens d'un développement économique via le tourisme, ces approches mettent en relief les effets des flux monétaires liés au tourisme sur l'économie locale. Ces théories peuvent considérer le tourisme comme un facteur de création de liquidités dans l'économie locale grâce aux dépenses touristiques. De plus, les revenus du secteur touristique peuvent être utilisés pour financer des projets d'investissement et de développement.

Toutefois, la gestion des flux monétaires peut constituer un défi majeur pour le développement via le secteur touristique. Une dépendance excessive au tourisme peut entraîner une appréciation excessive de la monnaie locale ; ce qui peut impacter défavorablement d'autres secteurs de l'économie en les rendant moins compétitifs sur les marchés internationaux. Cela exige une bonne gestion des politiques monétaires.

Par ailleurs, les approches monétaires ne prennent pas en compte les différents aspects de la vie humaine. « La pauvreté, étant particulièrement étudiée et définie comme un phénomène multidimensionnel » (Ayadi et Al, 2005) ; et le tourisme comme un secteur d'activité complexe, il est évident de prendre en considération l'ensemble des aspects du développement en faisant référence à une approche plutôt multidimensionnelle plus pertinente.

2.2.2- Le développement touristique au regard de la théorie de John Maynard

Keynes

Considérant la croissance économique comme un facteur essentiel pour parvenir au développement économique, il s'avère nécessaire de prendre en considération quelques théories relatives à la croissance économique dont : « La théorie de John Maynard Keynes²⁶ sur la demande effective, les cycles économiques et le rôle de l'Etat dans l'économie ». John Maynard Keynes²⁷ a influencé la pensée économique moderne par son approche axée sur les politiques gouvernementales pour stimuler l'économie. Il met l'accent sur la demande globale et la nécessité de l'intervention de l'Etat dans les cycles économiques. Selon lui, l'investissement public dans les infrastructures touristiques peut stimuler la croissance économique locale et l'emploi.

En ce qui a trait à l'éventuel possibilité développement économique via le secteur touristique, sa théorie pourrait soutenir que le tourisme peut jouer un rôle dans la stimulation de la demande globale et la création d'emploi. Selon Keynes, les dépenses touristiques : hébergement, nourriture, transport ou autres, contribuent directement à la croissance économique locale. Par ailleurs, le tourisme peut avoir des effets multiplicateurs en stimulant d'autres secteurs de l'économie dont l'agriculture, la pêche et l'artisanat. De surcroît, la théorie de Keynes favorise également l'importance de politiques publiques efficaces pour maximiser les bénéfices du tourisme.

²⁶ Economiste du 20^e siècle ayant révolutionné la pensée économique.

²⁷ Economiste Britannique du 20^e siècle.

D'ailleurs, sans une politique publique, les acteurs locaux auront des difficultés à mettre en application un vrai leadership stratégique. A titre d'exemple, les revenus du secteur touristique devraient ainsi être réinvestis dans des projets de développement économiques ; d'où, l'importance d'une gestion prudente des revenus du tourisme. Ce qui relève des compétences managériales.

En guise de synthèse, la théorie Keynésienne (1936) est favorable au fait que le tourisme puisse contribuer au développement. Toutefois, il faut que son potentiel soit exploité de manière stratégique et durable en vue de maximiser les bénéfices à long terme.

2.2.3- Le développement touristique au regard de la théorie d'Adam Smith²⁸

A travers sa théorie de la main invisible et son approche sur le rôle du marché dans la régulation économique, Adam Smith prône la libre concurrence, la spécialisation et l'échange en vue de propulser l'économie. Il stipule que le développement du tourisme peut être stimulé par les forces du marché, à condition que les acteurs économiques soient guidés par un cadre réglementaire efficace. Là encore, les compétences managériales et des stratégies de leadership refont surface. Ainsi, le secteur touristique peut s'avérer important pour favoriser l'échange et la spécialisation économique car il encourage la diversification de l'économie locale en offrant de nouvelles opportunités et en stimulant la demande pour une gamme de biens et services. En outre, à travers les échanges entre les régions, le secteur touristique peut contribuer à une allocation plus efficace des ressources et à une croissance économique accrue.

Par contre, selon l'approche d'Adam Smith (1776), la dépendance excessive au tourisme constituerait des dangers. Il est nécessaire de diversifier les sources de revenus et d'investir dans d'autres secteurs afin d'éviter les risques de chocs externes. Il est aussi important de développer un marché concurrentiel dans le secteur touristique en mettant l'accent sur les bénéfices d'une régulation légère et de la liberté d'entreprise afin de stimuler l'innovation et la qualité des services touristiques.

En résumé, selon la théorie d'Adam Smith, le tourisme peut être considéré comme un moteur potentiel de développement économique en priorisant ses avantages en termes d'échanges et de

²⁸ Père de l'économie moderne

spécialisation. Cependant, il est nécessaire de maintenir un marché concurrentiel en vue de maximiser les bénéfices à long terme.

2.2.4- Le développement touristique au regard de la théorie de Walt Rostow²⁹

Connu pour sa théorie des cinq étapes de la croissance économique allant de la société traditionnelle à la société de consommation de masse, Walt Rostow peut être également considéré dans une analyse de développement via le secteur touristique puisque chaque étape de sa théorie est caractérisée par des changements structurels et des niveaux de croissance. Selon son approche, le tourisme peut être considéré comme un facteur important pour stimuler la croissance économique, notamment dans les premières étapes de développement. Source de revenus et d'emplois, le tourisme peut également favoriser l'investissement dans les infrastructures touristiques, ce qui contribuera à la modernisation de l'économie locale.

Les cinq étapes de la théorie de Rostow sont ainsi réparties :

- ✓ **La société traditionnelle** : qui constitue la phase initiale du développement. Dans cette étape, la société dépend principalement de l'agriculture et de l'exploitation des ressources naturelles. L'exploitation des sites touristiques pourrait être un exemple.
- ✓ **Les conditions préliminaires au décollage** : qui englobent les changements sociaux, politiques et économiques favorables à la croissance économique en exploitant les ressources agricoles et naturelles. Cela peut marquer le début de l'industrialisation malgré les limites.
- ✓ **Le décollage** : c'est le moment où l'industrialisation commence à prendre de l'essor par l'augmentation des investissements dans de nouveaux secteurs ; le développement des infrastructures et l'amélioration du niveau de vie. Cette étape est marquée par une croissance économique rapide.
- ✓ **La marche vers la maturité** : ce stade consiste à stabiliser la croissance économique pendant que les industries se diversifient. Il est caractérisé par une augmentation de la consommation de biens durables et une amélioration des services sociaux.

²⁹ Economiste américain du 20^e Siècle.

- ✓ **L'ère de la consommation de masse** : dans cette dernière étape, l'économie est dominée par le secteur des services et la consommation de biens de consommation. La croissance économique est alors stable et le niveau de vie est élevé.

Toutefois, cette théorie présente des limites en ce qui concerne le développement basé sur le tourisme. Rostow met en garde contre le risque de dépendance excessive au tourisme et l'importance de diversifier l'économie afin d'éviter les chocs externes. Ainsi, une planification à long terme et des investissements stratégiques sont importants pour maximiser les retombées du secteur touristique en favorisant une croissance économique durable.

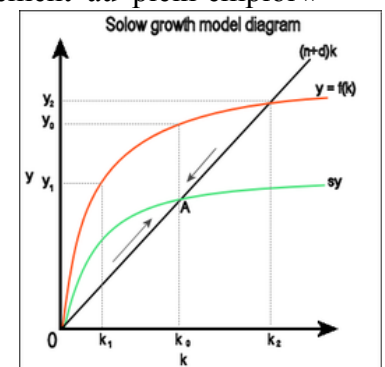
Donc, les cinq étapes de la théorie de Rostow peuvent jouer un rôle important dans le développement économique de la commune des Cayes en se basant sur le tourisme. Cependant, il est crucial de gérer la dépendance au tourisme et de diversifier l'économie en vue d'assurer une croissance économique à long terme.

2.2.5- Le développement touristique à la lumière de la théorie de Robert Solow³⁰

Robert Solow est plutôt connu pour ses travaux sur la croissance économique ; cette dernière étant un facteur essentiel pour le développement économique. Selon cette théorie, le tourisme peut contribuer au développement en stimulant la croissance économique, en favorisant le développement des activités économiques, en créant des emplois et en augmentant les revenus. D'où, l'innovation et l'investissement dans le capital humain, notamment la formation des acteurs du tourisme, sont des leviers essentiels pour un développement soutenable.

Selon Solow, la croissance peut être équilibrée à long terme. « En se reposant en grande partie sur le progrès technique, la croissance serait stable et mènerait naturellement au plein-emploi » (Solow, 1956) cité dans une publication de l'Université de Lausanne³¹.

Toutefois, cette théorie souligne également que le tourisme peut avoir des effets négatifs dont la surpopulation, la dégradation de l'environnement, et la dépendance excessive au tourisme. Le



Source : Wikipédia

³⁰ Economiste américain, Prix Nobel d'économie en 1987

³¹ <https://wp.unil.ch/bases/2013/05/la-croissance-et-le-modele-de-solow/>

développement par le secteur touristique doit être géré de manière équilibrée en vue de maximiser ses avantages tout en minimisant ses inconvénients.

2.2.6- Le développement touristique et la théorie de dépendance économique

Outre ces théories, il s'avère nécessaire que le développement, jadis lié à la théorie de la dépendance économique³², soit analysé au regard de nouvelles théories plaçant la liberté comme principal facteur. Cette théorie montre que la dépendance du secteur touristique peut entraîner des situations économiques précaires notamment pour les destinations qui dépendent en grande partie d'un marché touristique unique et d'un seul type de tourisme. Dans ce contexte, les pays sous-développés ou en développement ne demandent aujourd'hui « *ni une perturbation de la dépendance par le biais de l'aide, ni de concessions marginales* » (Peixoto, 1977). Ils souhaitent, au contraire, être maîtres de leur destin. Ce qui fait appel, de préférence, à la théorie de la spécialisation économique (Ricardo, 1817).

2.2.7- Le développement touristique à la lumière la théorie de David Ricardo³³

Connu pour ses travaux sur la valeur, la répartition des revenus et les avantages comparatifs, David Ricardo a élaboré sur la spécialisation et le commerce international comme moteurs de la croissance économique. Selon cette théorie, la spécialisation permet aux pays de tirer parti de leurs avantages comparatifs, ce qui peut être appliqué au tourisme en encourageant les régions à se spécialiser dans les types de tourisme qui correspondent mieux à leurs ressources et à leurs atouts naturels. A ce stade, la zone d'étude (la plage de Gelée) pourrait être un facteur clé pour le développement de la région en mettant en valeur le potentiel naturel et touristique de ladite plage. Ainsi, la Plage de Gelée peut capitaliser sur ses ressources naturelles et son patrimoine pour se positionner comme une destination unique et compétitive.

La théorie de l'avantage comparatif de David Ricardo (1817) stipule que : « peu importe si un pays a des avantages absolus ou pas : il gagne à se spécialiser dans la production des biens pour lesquels son avantage comparatif est plus élevé, c'est-à-dire dont les coûts relatifs sont les plus bas, et à

³² Développée par Raul Prebisch, Celso Furtado et Fernando Henrique Cardoso dans les années 1950-1960.

³³ Economiste Britannique (1772-1823)

échanger les biens qu'il ne produit pas. »³⁴ Pour le cas d'Haïti, le tourisme semble être un secteur à considérer étant un pays tropical.

David Ricardo souligne dans sa théorie l'importance du commerce international pour stimuler la croissance économique. Le tourisme est vu comme une forme de commerce international où les visiteurs étrangers apportent des devises étrangères en stimulant l'économie locale.

Toutefois, il faut souligner que la théorie de Ricardo est souvent critiquée pour sa simplicité d'expliquer les réalités économiques. Notamment sur la répartition des revenus et les questions sociales en rapport au développement. Même si sa théorie peut offrir des perspectives intéressantes sur le développement par le tourisme, elle doit être considérée dans un contexte plus large en prenant en compte d'autres facteurs économiques et sociaux. Développer les infrastructures de la plage est compatible à sa théorie sur l'avantage comparatif mais elle ne prend pas en compte les conditions de vie des populations de manière spécifique. D'où la nécessité de considérer des théories mettant en relief les capacités individuelles et collectives.

2.2.8- Le développement touristique à la lumière de la théorie d'Amartya Sen³⁵

Selon Amartya Sen (1999), le développement ne se résume pas à la simple croissance économique, mais englobe également des aspects tels que la liberté, l'autonomie et la capacité des individus à mener une vie épanouissante. Son approche met l'accent sur le développement humain en affirmant que le tourisme durable ne doit pas se limiter à une rentabilité économique mais doit aussi améliorer les conditions de vie des communautés locales en favorisant leur participation active et en renforçant leurs capacités.

L'approche d'Amartya Sen stipule que : « l'amélioration des conditions de vie est l'objectif essentiel du développement » (Alkire, 2015). « Le but du développement est alors d'élargir le choix des individus de vivre la vie qu'ils veulent (Krishnakumur, 2007). Elle met l'accent sur les capacités ; définies comme l'ensemble des opportunités réelles auxquelles ont accès les individus : un vrai outil d'évaluation des politiques de développement.

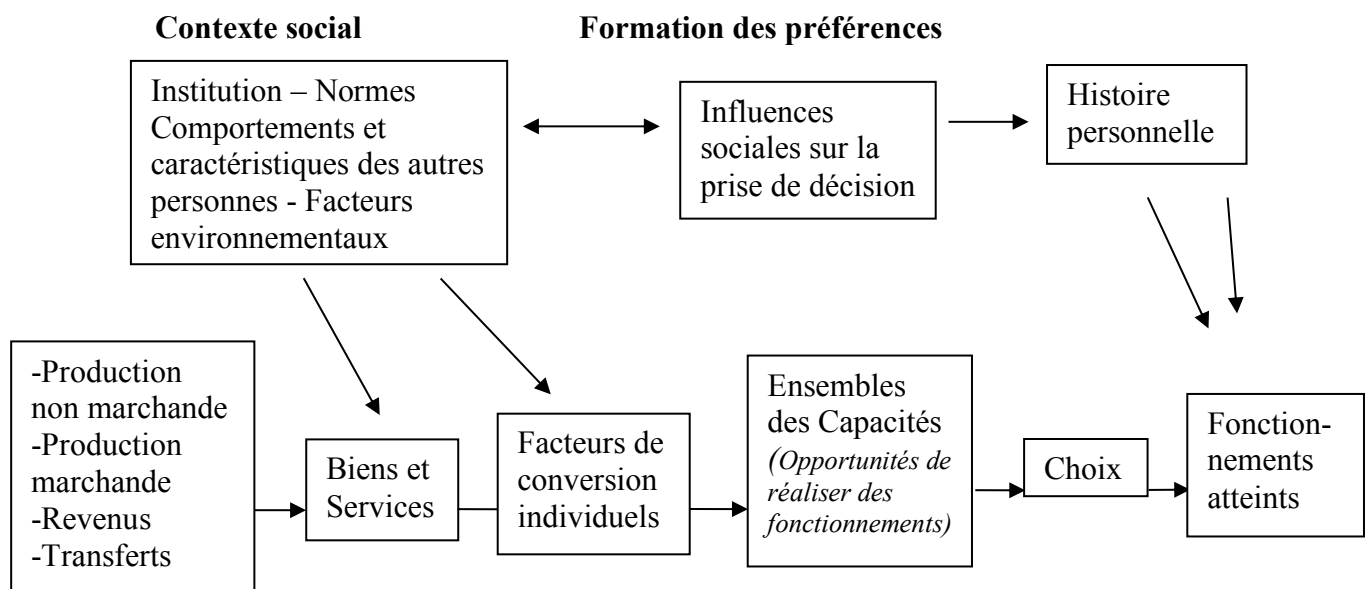
³⁴ Source : <https://wp.unil.ch/bases/2013/04/david-ricardo-et-les-avantages-comparatifs/#:~:text=Selon%20la%20th%C3%A9orie%20des%20avantages,qu'il%20ne%20produit%20pas.>

³⁵ Economiste Indien né en 1933

Par cette approche, Amartya Sen cherche à résoudre le problème de la base informationnelle à mobiliser pour évaluer le niveau de bien-être des individus et donc, par extension, l'efficacité des politiques publiques. Cela entre dans une stratégie utilitariste soulignant que l'objectif d'une politique de développement est de permettre à une société d'atteindre le meilleur état possible ; l'état d'une société étant obtenu en agrégeant l'état de chacun de ses membres. Cette approche considère que tous les individus sont rationnels et qu'ils vont chercher à maximiser leur intérêt privé. Amartya Sen met en cause l'assimilation entre les ressources des individus et leur niveau de bien-être. Pour l'auteur, le niveau de vie d'un individu ne dépend pas seulement des ressources qu'il possède mais également de sa capacité à transformer ses ressources en réalisation. Cela constitue un travail normatif pour l'évaluation et l'estimation du bien-être individuel et des arrangements sociaux, l'élaboration des politiques et les propositions sur le changement de la société (Jean-Luc Dubois, François-Régis Mahieu, 2009).

Le schéma suivant montre clairement qu'il existe une articulation entre les caractéristiques personnelles et celles liées à l'environnement d'une personne, ses choix et ses capacités. Cela signifie que les politiques vont avoir un effet de levier sur l'ensemble des capacités individuelles et prouve que chaque individu peut aussi contribuer au développement de la communauté.

Schéma 1 : Capacités individuelles d'Amartya Sen / contexte social et personnel



Source : Royns (2005)

Il est évident que selon la théorie de Sen le développement ne se mesure pas uniquement par le nombre de touristes ou les revenus générés, mais aussi par les effets sur les communautés locales. Sen souligne l'importance de l'autonomie et de la participation des individus dans le processus de développement. Par conséquent, le développement par le tourisme doit viser l'amélioration de la qualité de vie des populations locales, le renforcement de leur autonomie et la préservation de leur culture et de leur environnement. En ce sens, le tourisme peut être un vrai moteur de développement s'il est géré de manière durable et inclusive tout en tenant compte des aspirations des populations locales. Cela sous-entend que les retombées économiques du tourisme doivent être profitables à l'ensemble de la communauté ; l'environnement doit être protégé ; la promotion du respect et de la compréhension mutuelle entre les visiteurs et les populations locales doit être priorisée.

2.2.9- Le développement touristique à au regard de la théorie de Sabina Alkire

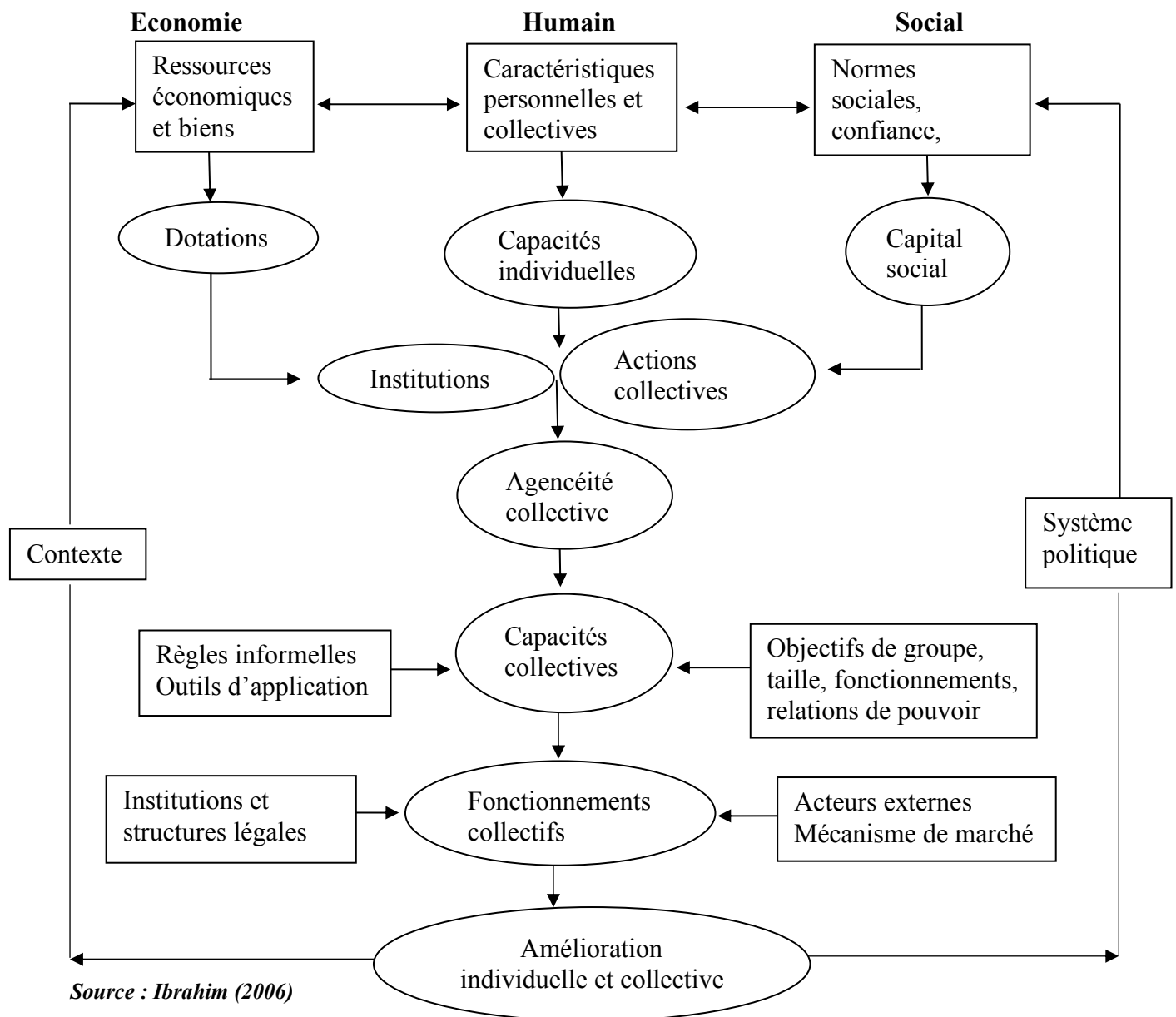
La théorie de Sabina Alkire prend en compte un aspect du développement laissé dans l'ombre par le travail de Sen, à savoir l'influence du collectif dans l'amélioration du bien-être et des conditions de vie. Sabina Alkire a élaboré sur les mesures de la pauvreté multidimensionnelle et sur le développement humain à travers son approche : Indice de Pauvreté Multidimensionnelle (IPM). Son objectif est de capturer la pauvreté en tenant compte de plusieurs dimensions telles que : la santé, l'éducation et le niveau de vie.

Sabina Alkire tient compte des autres structures sociales et du contexte dans lequel l'individu évolue. Pour l'auteur, l'intervention des Organisations Non Gouvernementale (ONG) renforce à la fois le pouvoir des individus à l'échelle individuelle, mais aussi leur force collaborative. Alkire (2005), affirme que : « dans un objectif d'évaluation il est central de tenir compte de la dimension collective des capacités » cité par (Loubet, 2011). Cette approche est appuyée par la réflexion de Bourguignon et Chakravarty considérant le revenu comme le seul indicateur du bien-être et qui peut être suppléé par d'autres indicateurs dont : le logement, l'espérance de vie, le niveau de l'éducation, la disponibilité des biens publics.

Le schéma suivant montre que les capacités collectives sont liées aux caractéristiques individuelles, sociales, institutionnelles, politiques et économiques. Il permet de visualiser l'adéquation entre les deux facettes (individuelle et collective) en identifiant ainsi trois dimensions

du développement : économiques, humaines et sociales. Pour mieux l'expliquer, les capacités auxquelles a accès un individu sont liées à ses ressources économiques et ses caractéristiques personnelles qui dépendent particulièrement des institutions économiques, sociales et politiques de sa société. Alors que, l'interaction entre les individus, de son côté, produit du capital social qui favorisera la confiance et l'action collective.

Schéma 2 : Caractéristiques des capacités collectives d'Alkire Sabina



Dans le domaine du tourisme, le cadre de Sabina Alkire peut aider à évaluer les effets du tourisme sur le bien-être des populations locales de manière plus holistique. Au lieu de se concentrer sur uniquement sur les aspects économiques du tourisme, une approche multidimensionnelle paraît plus favorable pour atteindre le développement. Ce qui signifie que le développement par le tourisme doit viser non seulement les revenus des communautés locales, mais aussi leur accès aux services de santé, à l'éducation, à la culture et à d'autres dimensions du bien-être.

Cette approche théorique propose une évaluation de l'impact des stratégies de développement touristique sous l'angle des capacités individuelles et collectives. Puisque les impacts du tourisme sont divers et nécessitent le recours à une approche multidimensionnelle, l'approche par les capacités paraît la plus pertinente car elle permet de prendre en compte l'ensemble des aspects du développement en proposant l'espace des capacités comme espace d'évaluation. Sachant qu'une stratégie de développement touristique ne vise pas directement l'individu, il est nécessaire de s'appuyer sur les spécificités du territoire, par exemple la localité de Gelée (avantages comparatifs de David Ricardo), pour améliorer l'ensemble des dynamiques du territoire et par conséquent, la qualité de vie des individus qui s'y trouvent (approche par les capacités de Sen et Alkire).

En guise de synthèse, l'intégration de ces théories dans notre étude conduit à une approche globale du leadership stratégique et de la valorisation des atouts touristiques pour assurer un développement durable du tourisme sur la plage de Gelée. Cela inclut l'application d'un modèle de gouvernance touristique basé sur un leadership transformationnel et participatif ainsi qu'un modèle économique efficace et adapté à des fins au contexte socio-économique de la zone.

2.3- Modèles économétriques

Pour mener cette étude, il s'avère indispensable de recourir à des modèles économétriques. Comme le prouve l'image idyllique du tourisme de luxe dans certains pays, mettant en relation tourisme, croissance et développement dans les petites destinations, il existe donc des modèles économétriques pour illustrer le processus de développement, notamment via un tourisme durable.

Le tourisme, il faut le rappeler, est un puissant vecteur de croissance, de développement et de réduction de la pauvreté. Toutefois cette relation ne peut exister que si le tourisme crée de nouveaux emplois, établit des liens en particulier avec l'agriculture et l'agro-transformation, avec

la pêche, l'industrie manufacturière, les secteurs de prestation de services ; et stimule le développement de l'infrastructure de base par la construction de routes et d'installations portuaires et aéroportuaires, d'équipement divers etc. Par conséquent, ce lien n'est pertinent que si l'activité touristique engendre de la croissance et développe un effet d'entraînement et de « contagion » sur les autres secteurs d'activité.

a) Modèle de la relation entre tourisme et croissance économique

Le modèle de la relation entre les deux variables : (Y) représentant le PIB réel par habitant, proxy de la croissance économique, et (DT) représentant le ratio des recettes touristiques réelles au PIB, proxy du développement touristique, permet d'apprécier les relations qui existent entre le tourisme et la croissance économique³⁶. En termes économétriques, l'équation s'exprime comme suit : $\log Y = a_0 + a_1 \log DT + \varepsilon$. Il faut noter que « Y » et « DT » sont exprimés en logarithme naturel. Par conséquent, leurs coefficients sont considérés comme des élasticités et « ε » représente la marge d'erreur. Par ailleurs, le modèle à correction d'erreur peut être utilisé après avoir, dans un premier temps, effectué les tests de diagnostics sur les données annuelles (stationnaires et cointégration). Enfin, les tests de causalité de Granger permettra de déterminer la direction de la causalité entre les deux variables.

b) Modèle de la relation entre tourisme et développement économique inclusif

En vue de vérifier si la croissance du secteur touristique a une influence sur les autres secteurs d'activité, l'approche de Feder (1982) et de Ram (1986) employée à cet effet peut être évoquée afin de tester, à l'aide de modèle de régression, la nature des liens à court et à long terme entre le secteur touristique et l'agriculture ainsi qu'avec le secteur manufacturier et les autres activités de services. Il convient ainsi de partir de l'hypothèse que l'économie est divisée en deux secteurs : le secteur touristique (T) et le secteur non touristique (N). Dans le secteur touristique, le revenu dépend des intrants en main-d'œuvre et en capital ; tandis que dans le secteur non touristique il dépend indépendamment de ces deux intrants de l'activité touristique. Les fonctions de production s'expriment alors : $T = G(K_t, L_t)_{(1)}$ pour le premier cas. $N = F(K_n, L_n, T)_{(2)}$ pour le second, K_n et K_t représentent respectivement le stock de capital des secteurs non touristiques et touristique ;

³⁶ Selon les données annuelles fournies par la Banque centrale des états de la Caraïbe orientale (OECO) : période 1985-2012

L_n et L_t expriment respectivement la population active dans les secteurs non touristiques et touristiques. Le montant total des intrants s'exprime comme suit : $K_n + K_t = K_{(3)}$ et $L_n + L_t = L_{(4)}$.

Dans ces conditions, la production totale (Y) correspond à la somme de la production du secteur touristique et celle du secteur non touristique, si bien que : $Y = N + T_{(5)}$. En conséquence, les variations de la production (Y) s'interprètent comme des variations à la fois de la production touristique et de la production non touristique. Considérant les externalités générées dans le secteur touristique, les productivités des deux secteurs sont donc supérieures à l'unité, en d'autres termes : $(GK/FK) = (Gt/Ft) = 1 + 0_{(6)}$. En associant les équations (3) et (6), l'équation de la croissance devient alors : $Y = a_0L + a_1K + a_2T_{(7)}$. L'impact de la croissance du tourisme sur le développement économique est mesuré par l'approche de Salvatore et Hatcher en divisant l'équation (7) par la population active. Dans ce cas, l'équation (8) s'exprime ainsi : $Y = a_0 + a_1K + a_2T_{(8)}$ (Y = croissance du revenu réel par habitant ; K = croissance par tête du capital ; et T = croissance par tête de la population touristique). En effet, l'équation (8) signifie que la croissance du revenu par habitant découle de la croissance par tête du capital et de la croissance par tête de la production touristique.

A l'aide d'un modèle à correction d'erreur, l'analyse de la nature de la relation entre la croissance à court et à long terme du secteur touristique et celle des autres secteurs de l'économie est donc possible. D'où le modèle : $Y_t = a_0 + a_1X_t + U_t$ ⁹⁾. Et $\Delta Y_t = b_0 + b_1\Delta X_t + b_2\Delta X_{(-1)} + b_3\Delta Y_{(-1)} + b_4U_{(-1)} + \varepsilon_t$ ¹⁰⁾ (Y_t = logarithme de la part d'un secteur donné dans le PIB ; X_t = logarithme de la part de la production touristique dans le PIB ; Δ = Variation ; U_t et ε_t = Termes d'erreur).

- Estimation par le test de cointégration³⁷

Ce test s'effectue à partir du résidu d'estimation du modèle : $Y_t = a_1X_t + a_0 + \varepsilon_t$. Soit $Ly = 0.60*LDT + 0,035 + e$. En effet, l'équation d'équilibre à long terme indique qu'un accroissement de 1% de la dépense touristique devrait se traduire par une augmentation du PIB de 0,6%. Toutefois, le résidu étant stationnaire, il y a un risque de cointégration entre les deux variables.

³⁷ Inspirée des travaux de Modeste (1994) sur des données relatives à trois pays : Anguilla, la Barbade, et Antigua-et-Barduda.

- Estimation par le modèle à correction d'erreur et le test d'Engle-Granger³⁸

Il est nécessaire de calculer le résidu décalé d'une période, puis estimer le modèle : $D(Y) = a_1 * D(X_t) + a_2 * e(-1) + \varepsilon$. Soit $D(Y) = 0,747 * D(LDT) - 0,031 * e(-1) + \varepsilon$. Le coefficient de $e(-1)$ est significativement négatif, ce qui valide la représentation à correction d'erreur et justifie l'utilisation du test de Granger proposant les concepts de causalité et d'exogénéité : la variable Y est alors la cause de DT.

Cette analyse économétrique s'efforce d'explorer les relations complexes entre le tourisme et la problématique du développement local question d'évaluer l'impact du secteur touristique sur les multiples dimensions du développement. En outre, elle permet de vérifier si l'activité touristique exerce un impact positif sur le développement économique inclusif.

2.4- Cadre méthodologique

Puisqu'il s'agit d'un travail scientifique, l'approche hypothético-déductive³⁹ a été utilisée pour mener cette étude. D'abord, après avoir développé l'objet de l'étude et en avoir posé la problématique, une hypothèse a été formulée. Par la suite, des prédictions logiques ont été faites à partir de cette hypothèse afin de les tester ou les vérifier sur le terrain. Enfin, les résultats de ces tests ont permis de confirmer notre hypothèse.

2.4.1- Enquête par la méthode d'échantillonnage aléatoire

Pour réaliser notre travail, nous avons adopté la méthode d'échantillonnage non probabiliste ou aléatoire⁴⁰ qui tient à une hypothèse de base au sujet de la nature de la population étudiée. Cette méthode suppose que la distribution des caractéristiques à l'intérieur de la population soit égale. C'est ce qui fait croire que n'importe quel échantillon serait représentatif et que les résultats seront exacts. Il n'existe donc aucune façon d'estimer la probabilité pour une unité quelconque d'être incluse dans l'échantillon.

Ne pouvant pas mesurer la fiabilité d'un échantillonnage non probabiliste ; la seule façon de mesurer la qualité des données consiste à comparer certains résultats de l'enquête aux informations disposées au sujet de la population. Toutefois, rien ne fournit l'assurance que les estimations ne

³⁸ Inspirée de la même source

³⁹ Méthode utilisée pour formuler et tester des hypothèses.

⁴⁰ Méthode répandue en recherche scientifique dans les années 1920-1930 par Paul Lazarsfeld et Herbert Hyman.

dépasseront pas un niveau acceptable d'erreur. Ce n'est pas sans raison que les statisticiens hésitent à utiliser les méthodes d'échantillonnage non probabiliste parce qu'il n'existe aucun moyen de mesurer la précision des échantillons en découlant.

Mais, cette méthode est très utile lorsque des commentaires descriptifs sont désirés au sujet des échantillons eux-mêmes. Aussi son utilisation prend-t-elle peu de temps tout en étant plus économique et plus pratique. C'est pourquoi nous l'avons utilisé dans le cadre de notre recherche.

2.4.1.1- Choix des échantillons

Nous avons mené notre enquête auprès de différents acteurs dont : des acteurs institutionnels et publics (la mairie et la délégation départementale) afin de comprendre les politiques de gestion et de promotion touristique. Les représentants du ministère du tourisme pour une évaluation des stratégies gouvernementales et les initiatives en faveur du tourisme durable. Nous avons aussi consulté des organismes de développement et ONG locales, impliqués dans le tourisme.

Des acteurs du secteur privé ont été aussi ciblés. Sur environ cinq hôtels se trouvant à l'entrée principale de la plage de Gelée, nous avons choisi de questionner trois et un motel. Alors que sur une quinzaine de restaurants, trois ont été ciblés dans l'enquête. Des habitants de la zone et des visiteurs ont été aussi interviewés.

Tableaux 6: acteurs considérés dans l'enquête

Acteurs publics	Organisations	Hôtels et Restaurants	Habitants et visiteurs
3	3	6	10

2.4.1.2- Recherche documentaire

Pour réaliser cette étude, les analyses documentaires de différents rapports mondiaux présentant les impacts du secteur touristique dans le développement de certains pays ont été aussi considérées. Les recherches documentaires ont été menées au bureau du patrimoine du Ministère du Tourisme et de la Culture ; à la Mairie des Cayes à travers la section urbaniste et culturel, entité chargée respectivement du maintien de la plage et de l'organisation des festivités sur la plage. Aussi avons-nous orienté notre étude vers les Associations qui ont l'habitude de réaliser des projets d'assainissement et d'entretien sur la plage afin de mieux nous documenter sur le sujet. Nous

pouvons citer, entre autres, l'Association des Jeunes pour la Promotion du Tourisme et de la Culture Haïtienne (AJEPTOCH) qui a travaillé de concert avec des organisations non-gouvernementales (Bridge Life Connection et OIM) sur des projets de renovation de la plage.

2.4.1. Technique de collecte

Pour réaliser cette étude, nous avons utilisé le questionnaire comme outil de collecte de données quantitative auprès de quelques cadres et institutions dont des responsables d'organisation. Les questionnaires ont été envoyés aux responsables en vue de collecter les informations.

Par ailleurs, pour renforcer nos recherches sur le terrain, nous avons utilisé également des grilles d'entretien et l'observation pour collecter des données qualitatives auprès de quelques acteurs dont : les habitants, les visiteurs et les commerçants. Nous avons eu recours à l'entretien semi-directif. Les entretiens ont été menés sur place.

Ainsi, au regard d'une triangulation des méthodes, nous avons eu recours non seulement à la méthode documentaire en collectant des données existantes, à la méthode quantitative en collectant des données au moyen de questionnaire, mais aussi à la méthode qualitative en utilisant les grilles d'entretien.

CHAPITRE TROISIEME

III- VUE PANORAMIQUE SUR LA VILLE DES CAYES ET LA PLAGE DE GELEE

La ville des Cayes est connue pour son passé historique, sa structure ainsi que ses patrimoines culturels matériels et immatériels.

3.1- La ville des Cayes : histoire et potentialités

La ville des Cayes est située dans la plaine du même nom, à 18 degrés 11 minutes 10 secondes de l'attitude Nord et 76 degrés 10 minutes 30 secondes de longitude Ouest. Elle est limitée au Nord par la rivière de l'Islet et de bois l'Etat, au Sud et à l'Est par la mer, à l'Ouest par la ravine du Sud et particulièrement des localités des sections de la commune de Torbeck. La ville des Cayes est le chef-lieu du département du Sud. En 2015, le plan de cette ville, classée 3^{ème} du pays, garde encore celui établi par l'ingénieur Philippeau en 1786.

Au temps des Espagnols, l'histoire rapporte que cette ville s'appela : « La Salvatierra de la Savana (Terre sauvée de la savane) ». En effet, la ville fut bâtie par Nicolas Ovando en 1503. Ville à laquelle on concéda en 1508 pour armoiries un écu de gueule en grison d'or. Elle fut abandonnée en 1606, comme la plupart des villes de l'Ile Espagnole.

Le Ruzic (1911) dans son ouvrage « *Notes sur l'histoire de la ville des Cayes* », écrivait ce qui suit : « En 1503, les indiens de cette province, ayant à leur tête le Cacique Haniguayaga se soulevèrent contre les conquérants espagnols, Diego Velasquez, compagnon de Christophe Colomb à son deuxième passage dans cette région, est envoyé pour les soumettre. Le Cacique est fait prisonnier. Suivant les instructions reçues, le vainqueur fonde la ville de Salvatierra de la savana : ce qui veut dire Terre Sauvée de la savane, en 1503. » L'histoire rapporte aussi qu'aucune délimitation n'a été faite de l'ancienne ville. De Autonina passant par Salvatierra de la savana à la ville des Cayes, cette dernière a une superficie de 334.3 kilomètres carrés.

3.1.1- Démographie

Aucune statistique n'est disponible sur l'évolution de la ville des Cayes à partir de 1804. Cependant, un recensement de la population de la commune des Cayes en 1918, confié à Bertrand Bourjolly, Yrving Thomas et dont les résultats sont publiés à la date du 18 septembre de la même

année dans les pages du bulletin du conseil municipal des Cayes, relevait une population de 9 183 âmes dont 1 648 hommes et 3472 femmes, 1 903 petits garçons et 2100 petites filles.

En 1982 les statistiques du recensement donnaient pour les Cayes une population de 28 875 habitants (12 526 garçons et 16 353 filles). Le ratio homme/femme était de 0,76. Le taux annuel de croissance de la population Cayenne de 1971 à 1982 était de 1.2%. Cette réalité est nettement différente de celle de la dernière décennie. En 2003, selon Prophète Joseph M.E.D, dans son ouvrage intitulé : « *Dictionnaire historique et géographique des communes d'Haïti* », la population était passée à 132 406. En 2015, on parle de plus de 150 000.

L'accroissement de la population Cayenne pose de sérieux problèmes. En effet, selon Georges Condé, auteur de l'ouvrage intitulé « *la ville des Cayes (2008)* », la métropole Sud n'est pas dotée d'infrastructures suffisantes pour recevoir l'excédent de la population. Vu le nombre des immigrants qui laissent le milieu rural pour rentrer en ville expliquant le phénomène d'exode rurale, il fallait penser aux logements, aux écoles, aux hôpitaux, à la voirie et surtout à la création d'emplois. Ce qui a enfoncé la ville dans un niveau de marasme économique. Cette situation démesurée s'explique par l'émergence de la bidonvilisation dans les rives de la ravine du Sud, notamment à Delmas, Raynaud, Véritable, Derrière-Fort et la zone littorale de la savane (Condé, 2008).

Selon une étude menée auprès des associations de ces différentes localités, plus de huit personnes cohabitent une seule petite pièce de maison et couchant à même le sol sur des morceaux d'étoffes. La plupart des femmes de ces zones n'ont aucune activité économique. Les plus débrouillardes pratiquent le commerce comme : marchande de pistaches, de figues murs et d'œufs. Ces habitants se trouvent en grande partie dans l'impossibilité d'envoyer leurs enfants à l'école. Ils déclarent avoir laissé la campagne en quête d'emploi et d'une vie meilleure, mais hélas ... Voilà en quelque sorte la situation de bon nombre de la population Cayenne qui ne fait qu'accroître.

3.1.2- Fiche technique de la ville des Cayes

La commune des Cayes compte actuellement 6 sections communales : Fonfrède, Bourdet, Laborde, Mercy, Laurent et Boulmier (Guy Lasserre, Paul Moral, Pierre Usselman, 1985). Le centre-ville concentre plus de 58% de la population. Le commerce et l'agriculture sont les principales sources de revenu des habitants.

- Institutions répertoriées

À l'image de la République entière, le faible pourcentage des bureaux déconcentrés de l'administration publique y est aussi constaté. Les plus remarquables sont : la direction départementale du Ministère de l'Education nationale et de la Formation Professionnelle (MENFP) ; Ministère des Affaires Sociales et du Travail (MAST) ; Ministère à la Condition Féminine et aux Droits des Femmes (MCFDF), Ministère de la Jeunesse, des Sports et de l'Action Civique (MJSAC), Ministère du tourisme, Ministère des Travaux Publics, Transport et Communication (TPTC), Ministère de la Santé Publique et de la Population (MSPP), Ministère de l'Agriculture des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR), Ministère de l'Environnement (MDE), un bureau déconcentré de l'immigration, un tribunal de paix, la Cour d'Appel, le Tribunal de Première Instance, la mairie des Cayes...

Malgré le taux élevé de la population, la ville ne comptait en 2015, que quatre centres hospitaliers : Hôpital Immaculée Conception (HIC), OFATMA⁴¹, Citymed et l'hôpital lumière de Finca ; un centre de santé et des dispensaires (Charpentiers, Foyer Saint-Etienne etc.). Un Sanatorium est aussi disponible pour desservir la population. Ajoutés à deux nouveaux centres : Hôpital Notre-Dame (2016) et le centre hospitalier de La Place (2017). Cette situation reflète le niveau précaire de la population et qui empiète sur tout éventuel processus de développement sur tous les points de vue.

La commune des Cayes détient plus d'une centaine d'Eglise. Les confessions répertoriées sont : Catholique, Episcopale, Baptiste, Adventiste, Pentecôte, Eglise de Dieu, Témoin de Jéhovah, Eglise de Jésus Christ des saints du dernier jour etc.

Du point de vue commercial, la commune des Cayes possède deux grands marchés publics fonctionnels au quotidien, situés au centre-ville : marché en Fer et marché Relais. Par ailleurs, le marché Jeudi qui est plus fréquenté chaque jeudi comme son nom l'indique pourrait être considéré comme un troisième marché public (Sénat, 2018). A noter qu'un marché artisanal inauguré sous l'administration de Martelly-Lamothe n'est jamais utilisé. Quant aux institutions bancaires, elles sont au nombre de cinq : Unibank (en deux succursales), Banque de l'Union Haïtienne (BUH), Banque Nationale de Crédit (BNC) (en deux succursales), Sogebank (en deux succursales) et

⁴¹ Office d'Assurance Accidents du Travail, Maladie et Maternité; créé par la loi du 28 août 1967

Capital Bank. Trois caisses d'épargne et de crédit sont également identifiées en 2015 : Caisse Populaire du Sud (CAPOSUD), la Caisse Populaire des Cayes (la plus ancienne) et FINCA⁴² sont recensées, ainsi que de nombreuses mutuelles. La Caisse Populaire Sainte-Anne de Camp-Perrin (CAPOSAC) détient une succursale à Cance, route de l'Aéroport Antoine Simon. Plusieurs mutuelles sont aussi identifiées.

- Autres infrastructures

La ville possède une seule place publique en 2015 sans considérer les parcelles de jeux entretenues par les comités de quartiers et des Organisations non Gouvernementales qui pour la plupart sont abandonnées. Sur le plan scolaire, les écoles ne manquent pas dans la commune même si la qualité de l'éducation et l'accessibilité constituent encore un paradoxe et un contraste majeurs. Seulement deux lycées sont identifiés et les écoles nationales ne sont pas nombreuses. Les écoles congréganistes et privées sont réservées à un groupe bien déterminé et dominant en termes d'effectif.

De surcroît, un seul aéroport est répertorié dans la commune des Cayes ; celui de l'aéroport Antoine Simon qui dessert la population de la région du Sud. Des travaux de réaménagements y ont été annoncés depuis à l'aube de la présidence de Michel Joseph Martelly afin qu'il devienne un aéroport international. Le projet est encore en impasse (2015). D'un autre côté, la commune des Cayes ne dispose pas d'un port opérationnel (2015).

3.1.3- Le secteur primaire

- L'agriculture

L'agriculture a toujours été l'une des principales activités économiques de la commune des Cayes. De nos jours, la valeur de ce secteur tend à être foulée aux pieds ; mais nombreux sont ceux qui s'adonnent encore à l'agriculture et l'élevage pour en trouver du pain quotidien.

- La pêche

Aux côtés de l'agriculture, la pêche constitue l'une des principales sources de revenu d'une bonne partie de la population Cayenne, notamment celle de Gelée. En dépit de toutes les difficultés auxquelles sont confrontés les riverains, la pêche artisanale est, pour plus d'un, l'unique activité

⁴² Foundation for International Community Assistance (fondée par John Hatch en 1984)

génératrice de revenu, suivie de l'agriculture et l'élevage. Cette activité, relevant particulièrement de l'artisanat, se trouve aux mains des pêcheurs traditionnels du littoral de Gelée, de la savane et de Morency. La section commerciale des produits de mer est assurée par des petits marchands qui longent le littoral pour entrer en ville. Ceux de Gelée et des zones avoisinantes empruntent généralement le raccourci qui conduit à la rue du Quai ou à l'embouchure de la rivière Raynaud. Très peu de poissonnerie sont repertoriées.

- L'artisanat

Le marché de l'artisanat, de son côté, est très restreint par manque d'encadrement des artisans et par absence d'une structure de commercialisation adéquate. Jusqu'en 2018, il n'y a pas un marché propre à l'écoulement des produits de l'artisanat. Les foires agro-artisanat organisées le premier mai, à l'occasion de la fête de l'agriculture et du travail, ne suffisent pas pour donner espoir à ce secteur très important. Alors qu'on n'est pas sans savoir que l'artisanat constitue un appoint à l'économie locale. En effet, la commune compte un nombre relativement faible de micro-entreprise de type artisanal, agro-artisanal ou industriel. Toutefois, la ville des Cayes n'est pas déviée de la tradition en termes de fabrication des meubles, de poterie, de briquettes d'argiles, de glace ; et en termes de boulangerie, d'essences aromatiques etc.

La transformation des produits agricoles comme : le maïs et le riz ont nécessité des unités artisanales qui, avec le temps, se sont améliorées. Autrefois la pièce maîtresse était constituée par le pilon et aujourd'hui encore le décorticage se fait, certaine fois, au pilon. Toutefois l'apport du moulin, malgré timide, donne un soulagement au secteur. Depuis les années 40, de rares petits moulins artisanaux étaient installés dans les quartiers de la ville surtout pour le concassage du maïs. Par la suite des travaux de la Scipa pour la vulgarisation du riz, la ville des Cayes était amenée à se procurer des moulins plus performants. La plus grande rizière dès lors appartenait à Etagild qui transformait le riz et l'exportait vers la Jamaïque, le Guatemala et d'autres petites Iles.

Les poissons et/ou autres fruits de mer sont transportés dans des bassins ou cuvette vers les restaurants ou dans le faible pourcentage de poissonneries qui existent en ville. D'autres se rendent au marché central pour les écouler. Alors que, vers les années 56, le gros du commerce des fruits de mer était accaparé par des étrangers avec l'installation de la première compagnie : « *Lobster d'Haïti* » avec Me Georges Rigaud représenté par Antoine CONDE. Ces activités contribuèrent à

une classe de pêcheurs marins et à créer des emplois. Malheureusement, on n'en trouve aucune trace. Sauf, au quartier de la savane, se trouvent des unités de froids et de commercialisation des fruits de mer appartenant à Emilcar Christian, Gérard Rousseau et Jean Emilcar.

Vu la situation actuelle des pêcheurs, il est évident que le secteur de la pêche est sous-exploité dans la ville des Cayes. Avec un manque de biens d'équipement ou de matériels, les pêcheurs se trouvent dans l'incapacité d'accéder aux parties de la mer où se trouve le bastion de fruits de mer. Ils sont obligés de rester presque dans la zone littorale pour mener leur activité en pêchant des poissons qui ne sont pas encore en maturité alors que les zones adéquates pour la pêche ne sont pas atteintes par les pêcheurs, cette activité reste et demeure sous-exploitée au fond de la mer. Il faut rappeler que malgré ce niveau défavorable, la pêche est une source de rentrée économique pour un grand nombre de la population vivant dans les zones littorales surtout : Gelée, Raynaud, Derrière-Fort, la Savane et Morency.

3.1.4- La ville des Cayes et ses potentialités touristiques

La troisième ville de la République d'Haïti, les Cayes, figure parmi des plus importantes destinations touristiques du pays. Connue pour son relief exceptionnel, l'histoire la reconnaît comme étant la ville la plus plate et la mieux tracée du territoire national : l'unique ville où depuis un carrefour on peut dominer une autre rue ou un autre carrefour. L'architecture des maisons, avec une galerie servant de trottoir pour les piétons, constituait dans le temps une sorte de patrimoine pour la ville.

La magnifique plage de Gelée : 100% naturelle avec l'eau douce à quelques mètres de la mer, du sable blond et une cuisine exceptionnelle, constitue le plus grand site d'attraction touristique de la ville des Cayes. Elle accueille beaucoup de touristes domestiques et internationaux particulièrement à l'occasion du festival de Gelée⁴³ et en période de fin d'année. La ville est aussi dotée de traces de cultures immatérielles : les troubadours à Gelée, des charmes rythmiques de Tirailleurs en sont des exemples. Même si la ville ne renferme pas de musée, il détient un jardin botanique de renom et possède quelques patrimoines historiques. D'ailleurs, dans des communes

⁴³ Célébré chaque 15 août à l'occasion de la fête Notre-Dame de l'Assomption

avoisinentes (à quelques kilomètres près) se trouvent la source Acul, La grotte Counoubois (Camp-Perrin), la Forteresse des Platon (Torbeck) et le Parc Macaya.

- L'hôtellerie

Historiquement et aussi loin que l'on pût remonter, la ville possédait un grand hôtel. L'hôtel international construit en 1896 et situé au carrefour Horelle. Construit par l'ingénieur Horelle, il était le plus beau, le plus grand et le plus confortable du département du Sud. Il y avait un restaurant et une salle de jeu. Un autre hôtel, « l'Impérial sea-side-In », des premières années du siècle à l'année 47, appartenait à Madame F. Villedrouin et se trouvait logé à la rue du Quai. Immeuble qui avait logé en 1950, la Cour d'Appel. Ensuite l'hôtel « Une disgression » qui logeait dans les années 42-45, de jeunes professeurs américains venus enseigner l'anglais dans le cadre de la coopération initiées par l'ambassadeur COBELWITH.

L'hôtel concorde : ci-devant hôtel Condé, ouvert à la fin des années 40, était situé à l'angle sud-ouest de la rue Mgr Maurice et de la deuxième grand-rue puis transféré en 1956 dans un local moderne à l'avenue des Gabions. L'hôtel impérial de Madame Perrin a démarré ses activités au début des années 50 dans le local situé à l'angle Sud-est des rues Toussaint Louverture et la place d'Armes en face de l'évêché. Il a occupé par la suite le local situé en face de la BUH⁴⁴ à la rue Nicolas Géffrard (première Grand-rue) avant d'occuper sa position actuelle (Angle rue Sténiot Vincent et Duvivier-Hall)/2015.

En 2015, la ville compte une vingtaine d'hôtels. Ces derniers sont-ils suffisants pour s'inscrire dans le cadre d'un éventuel développement touristique ? La réponse à cette question peut faire l'objet de grands débats car les conditions manquent. L'histoire rapporte qu'autrefois la ville a connu plus de quatre guest-house.

Environ 10 restaurants sont répertoriés dans le chef-lieu du département. De là étant, on peut dire qu'un processus de développement touristique est difficile dans une telle ville. Mais n'est pas impossible car les théories de développement existent et la commune, dans son sein comme dans son voisinage, renferme beaucoup de patrimoines.

⁴⁴ Banque de l'Union Haïtienne S.A., fondée en 1973.

- Excursion

Considéré comme l'une des destinations touristiques du pays, la ville des Cayes, outre ses plages, s'offre d'étonnantes possibilités avec ses patrimoines naturels et culturels. Le Jardin Botanique des Cayes, promotionnellement reconnu comme jardin botanique national, initiative de l'agronome Wiliam Cinéas, en est un. Fondé en 2003 sous le nom de « Haïti verte », il a fallu attendre 2008 pour qu'il soit renommé jardin botanique des Cayes. De nombreux visiteurs locaux et internationaux se plient devant la beauté naturelle et la diversité botanique de ce jardin.

Les plages constituent également des atouts pour un éventuel développement touristique de la zone. Outre la plage de Gelée, à Beaulieu, bord de mer non loin de la ville, se trouve un espace de défoulement et de loisir. Il y a quelques décennies, ce fut toujours un plaisir d'observer sur le rivage de Beaulieu-sur-mer, la longue file de personne en route vers la plage de Gelée. La plage « La Tourterelle » fait aussi objet de défoulement et de plaisirs balnéaires dans le littoral de la Savane. L'administration de Martelly-Lamothe a annoncé en 2015 un grand projet sur ladite plage en vue de donner une allure plus touristique et plus attrayante à la Savane des Cayes (projet non réalisé). La plage de Gelée, de son côté, est la plus longue et la plus belle de la commune. Elle est très réputée pour sa superficie et ses potentiels naturels. Elle est un atout considérable pour quel que soit le processus de développement envisagé dans la commune des Cayes.

3.1.5- La ville des Cayes et ses précarités

La plupart des membres de la population vit dans la pauvreté. Le chômage y est très fréquent. Dans les zones défavorisées de la commune, la Savane, Derrière-Fort, Raynaud, Delma, « Bas véritable », la population vit avec moins d'un dollar US par jour alors que l'inflation ne cesse de grimper. Situation chaotique et infernale pour ces habitants, notamment les plus jeunes, qui se livrent à la débauche. D'autres, fille comme garçon, s'adonnent au commerce ambulancier, Lamby, homard et écrevisse, afin de gagner du pain. Outre les problèmes économiques auxquels sont confrontés les habitants, la ville des Cayes fait aussi face à d'autres précarités.

- Situation géographique à risque

Plus basse que le niveau de la mer, l'appellation « aux Cayes du fond » lui a été attribuée. Cette ville est très à risque en termes de catastrophes naturelles comme tout le département d'ailleurs. En ce qui concerne les inondations, La ville est très exposée.

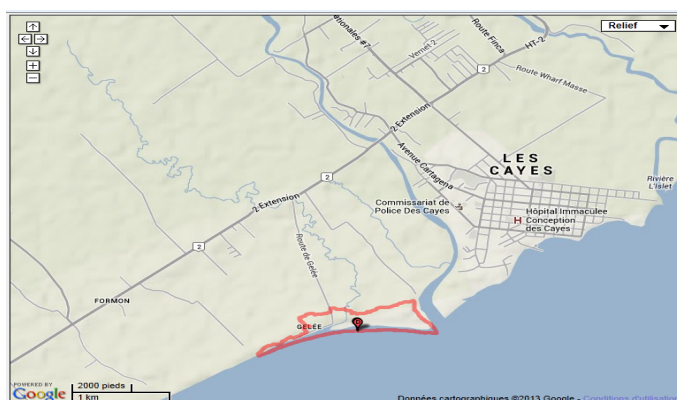
- Manque d'infrastructures d'hébergements et de services

À l'image du pays, les infrastructures et les services manquent dans les institutions publiques. L'incapacité de l'Hôpital Immaculée Conception des Cayes (HIC)⁴⁵ à fournir des soins adéquats, l'absence d'espace de loisir sain pour les enfants, l'absence de politiques de création de richesses et d'emplois entre autres, sont des problèmes à aborder en vue de parvenir à un niveau de développement considérable. Les secteurs « agricole, économique, touristique et culturel » une fois touchés, la possibilité d'entamer un éventuel processus de développement sera plutôt claire. Il suffit de savoir quelle théorie et quels facteurs utiliser. Le secteur touristique semble être la porte de sortie car il embrasse tous les autres secteurs et est très sollicité sur le plan mondial, un pôle important dans la mondialisation.

3.2- La plage de Gelée

La projection géospatiale de la zone touristique initiale du quartier de Gelée donne une estimation précise de la superficie globale de cette plage qui s'étend sensiblement sur 42 hectares. Elle est limitée naturellement à l'Est et à l'Ouest, d'un côté, par l'embouchure de la Ravine du Sud, et de l'autre, par celle de la rivière de Labiche. Au Nord, elle est bornée par les rizières et au Sud par la mer des Caraïbes. Dans sa partie orientale, deux cours d'eau la traversent avant de se jeter à la mer. La plage est très fréquentée grâce à ses potentiels naturels (sable blond, littoral plat, eau douce et cuisine féérique). Elle représente une source de rentrée potentielle non seulement pour la mairie des Cayes mais aussi pour les entrepreneurs qui y offrent leurs activités marchandes ; ce qui serait un atout pour la croissance des zones avoisinantes.

- Schéma 3 : Cartographie de la plage de Gelée



Zone touristique de Gelée
Superficie : 42 hectares
Longueur du périmètre : 4.9 kms

⁴⁵ Le plus grand centre hospitalier de la région Sud.

Malgré cette richesse naturelle, les localités proches de Gelée font face à de sérieux problèmes faute de capacité de gestion, d'esprit d'entrepreneuriat et de capacité d'exploitation rationnelle.

- Accessibilité

Vu l'attraction qu'il y a à Gelée surtout pendant les vacances et plus précisément à l'occasion du festival, l'accessibilité n'est pas toujours facile notamment pour les automobilistes. Fort heureusement, au moins trois entrées sont disponibles dont deux voies principales asphaltées et une autre passant par saint-Gérard (Labiche). La première, plus ancienne et plus longue, s'ouvre à côté de l'Urgence hôtel et conduit à l'habitation de Gelée-Sur-Roche qui est séparée du cœur commercial de la zone par la rivière éponyme. Elle a été réhabilitée et asphaltée à l'occasion du carnaval de 2012 et achevée avant le carnaval de 2017. La seconde, qui mène tout droit au cœur commercial de Gelée et plus fréquentée, accuse une longueur de 1.7 km. La troisième et dernière voie carrossable est celle de Labiche. Juxtaquant l'église St-Gérard, elle se termine sur la rive ouest de la rivière de Labiche. En dépit de ces trois portes d'accès, la circulation n'est pas toujours fluide aux jours de fête. Le pire, aucun espace de parking n'est aménagé sur la plage pour les automobiles.

Les piétons, eux, ont beaucoup d'autres possibilités d'accès. Ils peuvent suivre le littoral depuis Beaulieu ; d'autres traversent la ravine du sud pour emprunter les rives de Sur-Roche. De l'autre côté arrivent ceux qui adoptent le littoral menant à Torbeck. Sans faire fi des couloirs non recensés.

- Historique du festival de Gelée

La petite histoire rapporte que le festival de Gelée a commencé avec la famille Toyo ; mais c'est à Thierry Larosilière que revint particulièrement le privilège d'initier une activité culturelle sur cette plage vers les années 1986. Toutefois il faut souligner que c'était une fête locale, entre les habitants de la zone à la même période de la fête patronale des Cayes, le 15 août. Il a fallu attendre 1988 avec Marcel Mathieu⁴⁶ pour officialiser la fête de Gelée en l'inscrivant dans le cadre de la fête patronale de la Notre-Dame. Depuis lors, tout se concentre sur la plage, le Te Deum excepté. Il s'agit d'un aspect balnéaire apporté à la fête patronale.

⁴⁶ Ancien maire de la commune des Cayes

« Il y a aujourd'hui vingt-cinq ans, en 1988 à l'occasion de la fête de Notre Dame de l'Assomption, patronne de la ville des Cayes, qui est célébrée traditionnellement le 15 aout, le festival de Gelée est devenu progressivement la plus grande manifestation musicale d'Haïti après le carnaval. D'ordinaire, au beau milieu de la saison estivale, le mercure a fini son hystérie. Il y fait allègrement 30 degré à l'ombre, alors comment résister à la magie de la mer quand Gelée promet des moments ultra divertissants ? L'incontournable festival de Gelée est un phénomène musical éclectique qui sait réunir et surchauffer plusieurs dizaines de milliers de festivaliers. » Frantz Alix Lubin⁴⁷ (2013).

Sous l'administration municipale de Etienne France, une tentative a été faite pour redorer le blason en essayant de redonner à la ville ce qui lui est dû ; mais cela a été superflu. Quelques leaders d'opinion continuent de promouvoir une activité patronale au lieu de concentrer toute la portée culturelle de la fête à Gelée. Mais la réalité prouve le contraire.

- Attraction

La plage de Gelée rassemble toutes les couches : touristes internationaux, touristes domestiques, excursionnistes, commerçants, petits marchands, artisans etc. Ils sont plus de trente mille visiteurs à fréquenter cette plage à l'occasion de la Notre-Dame selon une publication de la mairie des Cayes en 2013. Par ailleurs, c'est un lieu de défoulement, de ressourcement et de loisirs pour les jeunes écoliers et vacanciers qui se donnent pour habitude d'y pratiquer le sport durant les vacances estivales. Les marchands de maïs bouillis et de figues murs ne manquent pas en ces occasions. Les bands à pieds, de leur côté, apportent une touche spéciale affichant une fierté culturelle bien qu'elle soit immatérielle. Mise à part la période de vacances et du festival, la plage de Gelée est toujours fréquentée : des touristes d'affaires, des familles et des étudiants fatigués après des journées de travail assidu ne manqueraient pas de savourer la cuisine créole de Gelée.

3.2.1- Situation actuelle

Malheureusement la situation de la plage est un peu critique malgré tous les fonds recueillis chaque année. Les différents projets réalisés ont souvent été l'œuvre des Organisations non Gouvernementales ; mais le gouvernement, via le ministère du tourisme, y a entrepris un grand chantier de renovation sous la présidence de Michel Joseph Martelly. En termes de rentrées

⁴⁷ Anthropologue, ancien responsable culturel de la mairie des Cayes.

économiques pour l'assiette de la mairie, les fonds recueillis sont ordinairement injustifiables. Cela fait plusieurs années depuis qu'aucun bilan financier n'est présenté à la population après le festival. Cela n'empêche pas qu'un budget soit toujours présenté avant les activités. Les localités et la ville semblent ne bénéficier que l'échange culturel entre la population locale et les visiteurs : une arme à double tranchant. Alors que beaucoup d'économistes avisés dont Kesner Pharel⁴⁸, témoignent que cette plage a tous les atouts nécessaires pour venir en aide à la population Cayenne.

- Niveau de vie de la population de Gelée

La population autochtone est composée de riziculteurs, de pêcheurs, de tisserands et de petits éleveurs. La plage est entourée de localités surpeuplées : Gelée-Sur-Roche, Labiche, Derrière-fort etc. Le niveau de vie des habitants dans ces zones est très misérable et les services sociaux de base sont quasiment inexistant : hôpital, microcrédit, école, etc. Certaines jeunes filles, se livrent à la débauche sexuelle. Des jeunes garçons de leur côté se convertissent en débardeurs, cireurs de voiture ou marchands ambulants ; d'autres se livrent à la mendicité. Les femmes se plaignent du manque d'activité économique alors qu'elles ont pour la plupart beaucoup d'enfants. Dans les quartiers avoisinants de Gelée, les maisonnettes reflètent le niveau misérable de la population.

3.2.2- La cuisine exceptionnelle de Gelée

Depuis 1988, certaines femmes de la localité de Gelée se focalisent sur la gastronomie tropicale de plage. La cuisine y est très diversifiée : lambi créole, griot, poissons boucanés ou au goût de sel, homards et tonm-tonm en sont, entre autres, les différentes spécialités caractérisant sa cuisine. Cette dernière, typiquement locale, est très réputée pour sa saveur et son sel fort.

- Le lambi boucané, une spécialité

Le lambi boucané de Gelée se présente à deux niveaux. Les restaurants en plein air gardent un niveau standard avec des plats bien décorés dont le coût varient suivant l'inflation. Alors que nombreux sont les petits marchands ambulants qui préparent le lambi à leur façon, sur des grilles, dans des récipients etc. C'est aussi une source de revenu significative pour les petits marchands.

⁴⁸ Economiste Haïtien, PDG de Groupe croissance.

- **Le griot**

Généralement seuls les restaurants préparent ce plat. Néanmoins pendant les jours de fête, soit deux à trois semaines avant le jour-j, des petits marchands de fritures se multiplient sur la plage. Ne demandez pas pourquoi ? Car la plupart d'entre eux sont en chômage temporaire. Le festival de Gelée est pour eux l'unique période d'activité génératrice de revenu.

- **Le poisson boucané et au goût de sel**

Cette spécialité est réservée uniquement aux restaurants. C'est l'un des plats les plus sollicités à Gelée. « Aller prendre un poisson à Gelée » c'est la phrase la plus utilisée par les personnes désireuses de visiter la plage avant, durant et même après la période du festival. A quoi est due cette appréciation ? La réponse peut être perplexe. Sauf, il y a toujours un accent de sel très aigu qui couronne l'appétit, qu'il soit boucané ou bouilli.

- **Homards**

Il est aussi demandé que le lambi créole surtout à l'occasion de la fête. Les plats sont présentés non seulement bouilli mais aussi boucané. Tout comme les petits marchands préparent et transportent le lambi aux clients dans des bombes (récipients), ceux qui vendent les homards font le même exercice. Certaine fois, le même marchand peut vendre les deux simultanément (Lambi et homard). C'est une source de revenu pour la plupart des femmes et certains hommes.

- **Le Tonm-tonm**

Plat typiquement local, relativement attribué aux gens du Grand-Sud d'Haïti, il est préparé à base du fruit de l'arbre véritable et de calalou. C'est un plat très apprécié par les touristes domestiques. Bien que certaines personnes n'arrivent pas à le consommer, c'est toujours un spectacle pour elles de voir quelqu'un avaler à la seconde une gorgée de tonm-tonm⁴⁹. Les marchands de tonm-tonm ne sont pas nombreux ; sauf, à l'occasion de la fête il n'en manque pas. Cette spécialité est un peu rare dans les jours de basse tension. Il faut être ponctuel pour en trouver chez Loulouse et certaine fois chez Alice⁵⁰(2015).

⁴⁹ Son origine scientifique vient de l'Inde "Tountouma".

⁵⁰ Deux restaurants se spécialisant dans la préparation et la vente de tonm-tonm à Gelée.

CHAPITRE QUATRIEME

IV- PRESENTATION ET ANALYSE DES RESULTATS

Cette partie du travail présente les informations recueillies sur le terrain. Une tendance Générale prouve que les acteurs interrogés ont une connaissance approfondie des enjeux du développement touristique local, mais divergent sur les stratégies à adopter pour renforcer l'attractivité et la durabilité de la plage de Gelée. Ces résultats tiennent compte de trois catégories d'acteurs : autorités publiques, entrepreneurs et commerçants locaux, touristes et habitants.

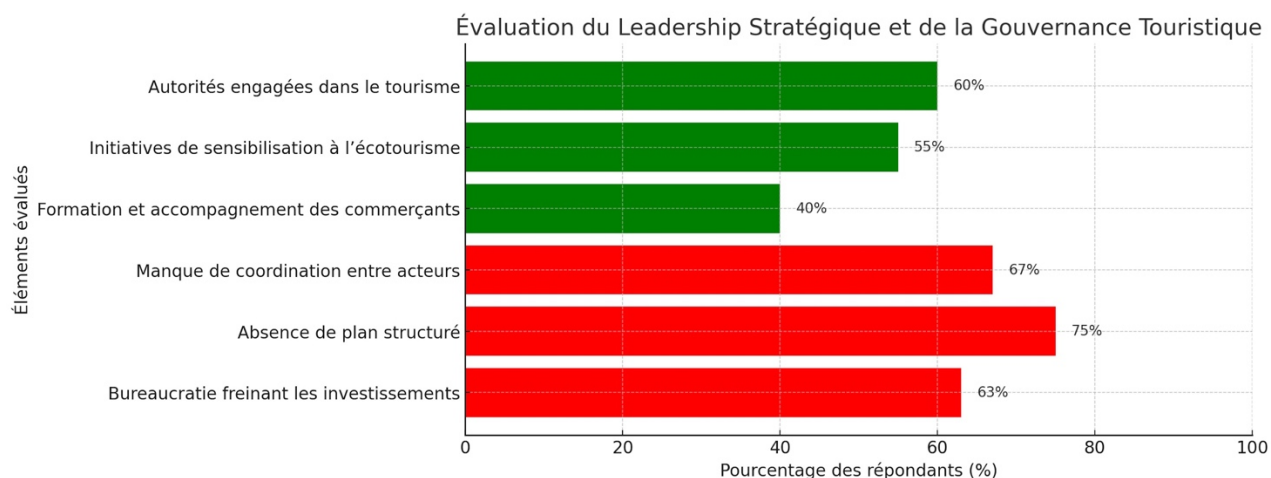
4.1- Évaluation du Leadership Stratégique et de la Gouvernance Touristique

- 60% des répondants estiment que les autorités locales expriment un intérêt pour le développement touristique de la plage ; mais ne posent pas suffisamment d'action.
- Quelques initiatives de sensibilisation à l'écotourisme ont été entreprises avec la participation d'organisations locales.
- 40% des commerçants ont bénéficié d'un accompagnement ou de formations pour améliorer leurs services.
- 67% des hôteliers et restaurateurs jugent que la collaboration entre les autorités locales et les acteurs du secteur privé est insuffisante.
- 75% des autorités publiques interrogées rapportent une absence de plan de développement touristique structuré et durable

- Tableau 7 : Leadership stratégique et gouvernance touristique

Rubriques	Opinions en %
Engagement dans le tourisme	60%
Sensibilisation	55%
Formation et accompagnement	40%
Manque de coordination entre acteurs	67%
Absence de plan structuré	75%
Bureaucratie freinant les investissements	63%

- **Graphe 4 : Leadership stratégique et gouvernance**



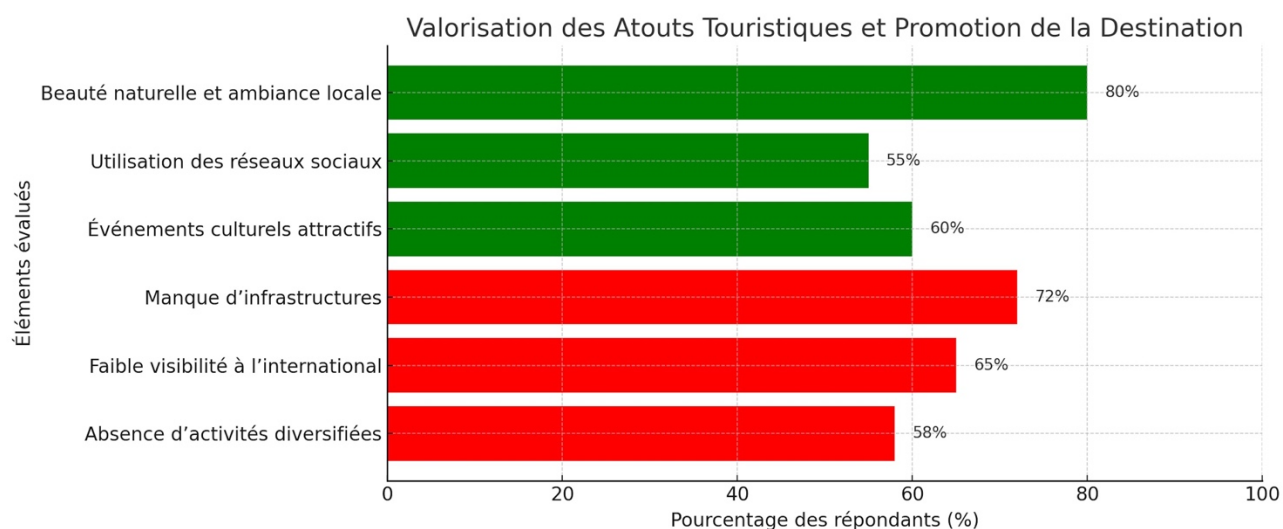
4.2- Valorisation des Atouts Touristiques et Promotion de la Destination

- 80% des touristes considèrent la beauté naturelle et l'ambiance locale comme des atouts majeurs de la plage.
- 55% des commerçants affirment utiliser des stratégies de promotion sur les réseaux sociaux pour attirer les visiteurs.
- La plage est connue pour ses événements culturels et festivals, attirant un grand nombre de visiteurs ponctuels.
- Manque d'investissements dans les infrastructures de base (routes, éclairage, sécurité).
- 72% des touristes estiment qu'il n'y a pas assez de campagnes promotionnelles pour la destination.
- Absence d'activités diversifiées en dehors des restaurants et des festivités, limitant l'attrait de la plage pour un tourisme plus large.

- **Tableau 8 : Valorisation des atouts touristiques et promotion de la destination**

Rubriques	Opinions en %
Beauté naturelle et ambiance locale	80%
Utilisation des réseaux sociaux	55%
Événements culturels attractifs	60%
Manque d'infrastructures	72%
Faible visibilité internationale	65%
Absence d'activités diversifiées	58%

- **Graphe 5 : Valorisation des atouts touristiques et promotion**



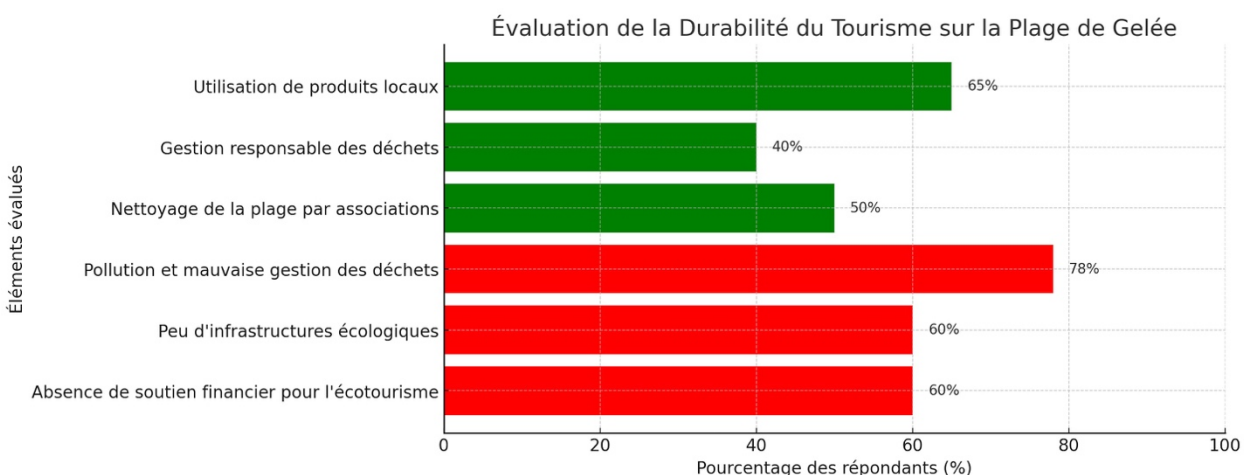
4.3- Évaluation de la Durabilité du Tourisme sur la Plage de Gelée

- 65% des hôteliers et restaurateurs utilisent des produits locaux.
- 40% des établissements pratiquent une gestion responsable des déchets.
- 50% des actions de nettoyage de la plage sont organisées par des associations locales.
- 78% des habitants se plaignent de l'état de la plage.
- Asence d'infrastructures écologiques : 60%
- 60% des commerçants affirment ne pas avoir de soutien financier pour adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement.

- **Tableau 9 : Durabilité du tourisme à Gelée**

Rubriques	Opinions en %
Utilisation de produits locaux	65%
Gestion responsable des déchets	40%
Nettoyage de la plage	50%
Pollution et mauvaise gestion des déchets	78%
Manque d'infrastructures écologiques	60%
Absence de soutien financier pour l'écotourisme	60%

- Graphe 6 : Durabilité du tourisme à Gelée



4.4- Perception des Communautés Locales

- 70% des habitants reconnaissent que le tourisme apporte des opportunités économiques.
- Implication des artisans et commerçants locaux dans l'offre touristique.
- Manque d'emplois stables : 58% des habitants estiment que le tourisme ne profite pas suffisamment à la population locale.
- Risques de gentrification et conflits d'usage entre résidents et investisseurs.
- Insécurité en hausse, dissuadant certains touristes de visiter la plage en soirée.

4.5- Une analyse de l'aspect économique de la plage de Gelée

Nombreuses sont les personnes qui entreprennent des activités économiques sur la plage. Il n'y a pas de jours fériés pour les marchands, les commerçants et même pour les artisans. Cependant aux jours de pointe, ils viennent de partout pour écouler leurs produits. Il est difficile d'énumérer toutes les personnes qui y trouvent une occasion d'offrir une activité marchande. Même les démonstrations sont payantes : un morceau de musique en troubadour, un récital etc. A Gelée, tout se paie aux jours de fête. Donc c'est une source de rentrée pour tous les producteurs, les exposants, les artistes et les marchands. Même le bureau municipal y fait son beurre. Les deux voies d'entrées utilisées par les automobilistes pour accéder à la plage sont payantes jusqu'en 2015. La mairie par le biais d'un comité de contrôle et de surveillance réclame des frais à chaque usager. Considérant le nombre de véhicules qui jonchent les routes (environ 1 500) et qui rendent l'accès difficile, on peut imaginer la forte somme que pourrait accumuler les responsables.

« Généralement, le Festival de Gelée est financé par le trésor public. Les Ministère de l'Intérieur, de la Culture, du Tourisme, de la Planification, et notamment la Présidence contribuent de manière très substantielle à sa réalisation. A titre indicatif, en 2011, le ministère de la Planification avait mis à lui tout seul à la disposition du comité organisateur de l'événement la rondelette somme de 3.5 millions de gourdes. Mais, le secteur privé des affaires de la capitale endosse également des factures pour le compte du Festival. Les grandes entreprises de télécommunication, la Régie des Tabacs, les principaux distillateurs de rhum concèdent des sommes conséquentes aux organisateurs. Pourtant, la municipalité a les moyens de faire accéder le Festival à l'autonomie financière. » Frantz Alix Lubin (2013)

Yvon Chéry⁵¹ eut à déclarer en 2009 : « La 22^{ème} édition de Gelée représentait un espace de création d'emploi surtout au bénéfice des jeunes. Ce fut une occasion pour la mairie des Cayes de grossir son assiette fiscale. Puisque la fête accueille plus de 20 mille festivaliers. »

Toute personne qui entreprend une activité sur la plage de Gelée doit verser un montant relatif à la dimension de l'espace occupé. Selon une source de confiance chaque petit restaurant devait payer vingt mille gourdes (20 000 Gdes)⁵² en 2014 comme frais exigé pour la fête. Qu'est-il devenu des montants collectés ? C'est une question dont la réponse tarde à venir. Cependant, tout laisse croire que cette plage est une source potentielle pour la mairie. Les statistiques des précédentes éditions de festival font état de plus de 45 000 visiteurs par jour de fête. Outre leurs dépenses de consommation, ceux qui circulaient en automobile étaient obligés de verser un frais de passage variant de 100 à 250 gourdes suivant qu'il s'agisse de motocyclette ou de voiture.

4.5.1- Recettes de la mairie

La municipalité, en dépit de manque d'infrastructure et de structure, trouve à Gelée une source de rentrée économique qui pourrait alimenter son assiette financièrement ; ce, via son programme de lotissement des espaces réservés au commerce. Les concessions, acquises sous contrat de bail à location pour une durée d'un mois, sans oublier la collecte des droits auprès des automobilistes. Ces derniers pourraient non seulement payer le droit de passage mais aussi le droit de

⁵¹ Ancien maire de la commune des Cayes.

⁵² Informations recueillies auprès des propriétaires de restaurant.

stationnement. Rappelant que les aires de stationnement cumulées, malgré non structurées, peuvent recevoir plus de 1 500 véhicules par jour.

En ce qui concerne les restaurants, les autorités municipales en dénombrent 15 sur la plage de Gelée. A chacun d'eux, la mairie impose un impôt annuel allant de 2 500 gourdes et particulièrement environ 20 000 gourdes pour la période festive. Par ailleurs une centaine de marchands qui s'installent sur la plage sont assujettis à un frais allant jusqu'à 2 500 gourdes dans le cadre de lotissement des espaces. Les autorités municipales soulignent que seulement 50% des marchands respectent leur obligation.

Bon nombre de marchands choisissent également de rester dans l'informel et profitent de la faiblesse de l'administration. Ainsi, ils ne payent pas. Ce qui est aussi un manque à gagner pour la mairie. Le manque d'infrastructure est le plus grand handicap de la plage. A tous les niveaux, cela constitue une perte pour l'administration municipale.

En 1998, dans le cadre du festival organisé par Judex Chalviré⁵³, les anciens cadres de la mairie témoignent avoir eu une recette considérable. Seulement dans les frais d'accès de véhicules, ils faisaient état d'environ cent cinquante mille gourdes (150 000 gdes) par jour et par voie d'entrée sur la plage à raison de trois voies ; ce, durant les trois jours de fête. Donc : $150\,000 \times 3 \text{ entrées} \times 3 \text{ jours} = 1\,350\,000 \text{ gdes}$. Sans tenir compte des autres sources de rentrée.

A titre indicatif, en 2011, le ministère de la Planification avait mis à lui tout seul à la disposition du comité organisateur de l'événement la rondelette somme de 3.5 millions de gourdes. Mais, le secteur privé des affaires de la capitale endosse également des factures pour le compte du Festival. Les grandes entreprises de télécommunication, la Régie des Tabacs, les principaux distillateurs de rhum concèdent des sommes considérables aux organisateurs alors que la municipalité a en sa possession les moyens de faire accéder le Festival à l'autonomie financière.

⁵³ Jadis, Responsable de la section culturelle de la mairie.

Tableau 10 : Rentrées approximatives de la mairie des Cayes⁵⁴

Activités	Quantité	Prix Unitaire	Total en Gdes
Restaurants	15	2500	37 500
Commerçants	25/50 (50%)	2500	62500/125 000
Total : (en 2017)			100 000
Autres sources négligées			
Véhicules/accessibilité Ex : en 1998	3 jours * 3 entrées	150 000 * 9	1 350 000
Marchands informels	100	2500	2500

Source : Mairie des Cayes (2017). Sans prendre en compte les sponsors, tableaux d’affiche et autres sources de financement de l’Etat.

4.1.1- Recettes des hôtels et restaurants

Un échantillon de trois hôtels, un motel, trois restaurants en plein air et quelques marchands ambulants ont été utilisés dans le cadre de cette étude. Environ 80% des personnes interrogées disent que les services qu’elles fournissent depuis quelques années sont rentables. C’est mieux que de rester chez soi déclarent-elles ; car grâce à cela elles répondent à leurs obligations familiales.

Dans le cas des hôtels et des restaurants, les revenus varient en fonction de la période. Le festival de Gelée leur rapporte beaucoup plus que d’ordinaire. Le prix des chambres varie jusqu’à US 120 dollars : soit une augmentation d’environ 50%. Alors que pour les restaurants, des plats peuvent passer de 500 à 750⁵⁵ gourdes comme le plat de lambi et de poisson : soit une augmentation de 50%. Même le prix des boissons a souvent une tendance à la hausse en cette occasion.

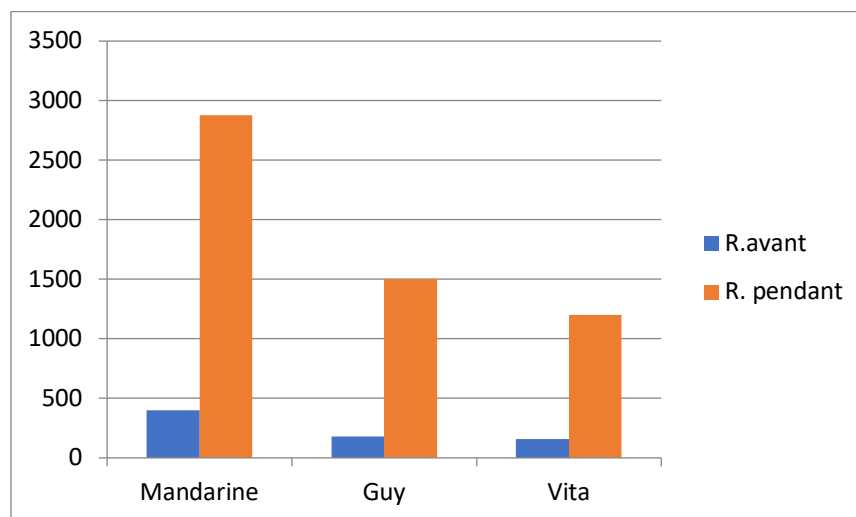
Tableau 11 : Grille de rentrées des hôtels avant et pendant le festival par jour

Hôtels	Rentrées moyennes avant la fête	Rentrées Moyennes pendant la fête
Mandarine (24 Ch.)	400\$ US	2880\$ US
Guy (15 chambres)	180\$ US	1500\$ US
Vita (15 chambres)	160\$ US	1200\$ US

⁵⁴ Enquête menée au cours du festival de Gelée (2014)

⁵⁵ Ces chiffres datent de 2014

- **Graphe 7 : Rentrées des hôtels avant et pendant le festival par jour**

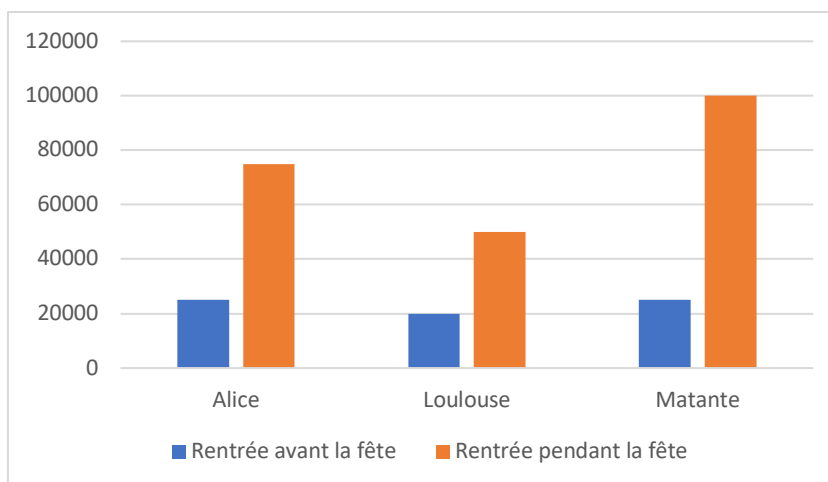


N.B : Pendant le festival de Gelée tous les hôtels considérés dans l'étude sont remplis. Mais vu leur capacité et la qualité de leur service, les prix sont généralement différents. Les prix varient de 60 à 80\$ US avant et après le festival, de 80 à 120\$ US pendant le festival.

Tableau 12 : Rentrées approximatives des restaurants par jour avant et pendant le festival

Restaurants	Rentrées moyennes avant la fête	Rentrées Moyennes pendant la fête
Chez Alice	25000 Gdes	75000 Gdes
Chez Loulouse	20000 Gdes	50000 Gdes
Chez Matante	25000 Gdes	100000 Gdes

- **Graphe 8 : Rentrées approximatives des restaurants par jour**



En conclusion à cette partie, toutes ces recettes générées par la mairie et les acteurs économiques grâce à la plage justifient que cette dernière peut être un atout pour favoriser la croissance économique de la zone et du coup améliorer le niveau de bien-être des habitants. Avec les fonds recueillis, les autorités locales pourraient réinvestir dans des projets majeurs et des infrastructures question de retourner les services à la population. Les autres acteurs économiques, eux, pourraient renforcer leurs entreprises en augmentant les infrastructures de services et en créant plus d'emploi. Lesquels projets pourraient attirer plus de touristes et ramener plus de revenus.

4.6- Gelée, une source de croissance économique

Considérant que le tourisme favorise le développement des activités économiques en créant des emplois et en augmentant les revenus, il peut avoir des impacts positifs sur la croissance et le développement. Non seulement la plage de Gelée est considérée comme une source de rentrée économique pour la Mairie des Cayes, elle l'est également pour les hôtels et les restaurants qui s'y trouvent. Par ailleurs, elle est une source génératrice de revenu pour les employés de ces institutions (hôtels et restaurants). Les petits marchands qui y réalisent des activités marchandes y gagnent aussi du revenu. Ainsi, la plage peut impacter la croissance économique à différents niveaux :

- une stimulation de la demande intérieure

A mesure que le nombre de visiteurs augmente, la demande épousera une tendance vers la hausse. Ce qui catégoriquement devrait faire augmenter l'offre. Puisque des milliers de visiteurs viennent de partout pour participer au festival de Gelée, plusieurs centaines de marchands y écoulent des produits divers. Sachant que les touristes dépensent de l'argent sur une gamme de biens et de services, cela stimule la demande intérieure et soutient les entreprises locales.

- une source génératrice de revenus nationaux et étrangers

Les dépenses des touristes nationaux et internationaux ne font qu'apporter des devises. Ces dernières sont encore plus importantes si elles viennent de l'extérieur car les devises étrangères peuvent aider à réduire les déficits commerciaux et à renforcer les réserves de change. En ce sens, la diaspora haïtienne est une grande opportunité pour la plage de Gelée ; car ils sont plusieurs milliers à épargner de l'argent pour le festival de Gelée qui est une fête traditionnellement attractive.

- des investissements dans les infrastructures

Pour mieux accueillir les visiteurs sur la plage de Gelée, il faut investir dans les infrastructures de la commune dont : routes, ports, aéroport, hôtels, attractions touristiques, hôpitaux, formation, agriculture, industries, commerce, artisanat, loisirs etc. Ce qui stimule les investissements et crée des emplois dans les différents secteurs.

- une source de création d'emplois

La plage de Gelée, à l'instar de l'industrie touristique, peut générer des emplois dans divers secteurs tels que : les transports, l'hôtellerie, la restauration, les loisirs etc. Une bonne gestion durable de ces secteurs apporterait beaucoup d'avantage à la commune.

En conclusion à cette partie, le tourisme est un méta marché qui impacte considérablement le PIB. La relation entre le PIB réel par habitant et le ratio des recettes touristiques réelles au PIB à la lumière du test de cointégration et du test de causalité d'Engle-Granger prouve que le tourisme peut effectivement impacter la croissance économique de la zone. D'ailleurs, les acteurs publics et les principaux protagonistes du secteur privé tissent des liens qui ont une influence sur la croissance et le développement économique. La création d'emploi, le renforcement des capacités et la réduction de la pauvreté sont donc des indicateurs de la contribution du tourisme à la croissance économique. Par une bonne gestion durable des activités touristiques sur la plage, il est possible de maximiser les avantages économiques et favoriser la croissance.

4.7- Gelée au regard du marché touristique mondial et du développement

Les mêmes responsables d'hôtels et de restaurants ont été questionnés sur la fréquentation touristique et l'apport du marché touristique au fonctionnement de leur entreprise. En guise de réponses, les responsables sont unanimes à affirmer que les périodes festivals sont plus attractives que les périodes ordinaires. « Le festival attire beaucoup de personnes et généralement nous sommes débordés affirment-ils »⁵⁶. A titre d'exemple, les 24 chambres de l'hôtel Mandarine, les 15 chambres de Guy hôtel et celles de Vita, au nombre de 15 sont toujours saturées aux jours du festival. Le nombre de clients augmente certaines fois de plus de 100%. Ils font remarquer que certains clients se plaignent souvent de la qualité de service, mais affirment être impuissants face

⁵⁶ Enquête effectuée en août 2014.

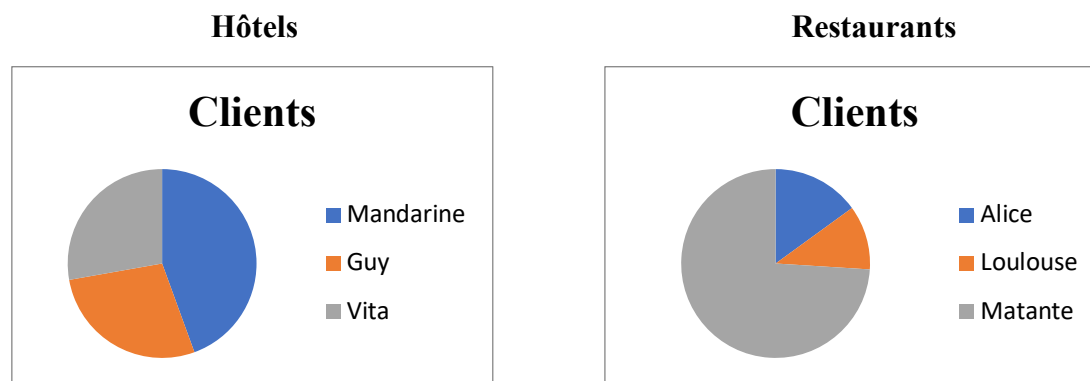
aux exigences du secteur. Certaines fois, ils réfèrent les clients à d'autres hôtels plus éloignés par manque de capacité d'accueil. Cela explique l'affluence de touristes à l'occasion de la fête.

Le motel « Gustave Motel » a été aussi pris en considération. Ce dernier accueille en moyenne 4 clients par jour dans les périodes hors du festival. Néanmoins il reçoit jusqu'à 20 clients par jour pendant le festival pour des moments.

Tableau 13 : Pourcentage de clients reçus en moyenne par jour pendant la fête⁵⁷(hôtels et restaurants)

Hôtels	Mandarine	Guy	Vita	Total
Clients	44,44%	27,78%	27,78%	100%
Restaurants	Alice	Loulouse	Matante	Total
Clients	15%	11%	74%	100%

- **Graphe 9 : Pourcentage de clients reçus en moyenne par jour pendant la fête⁵⁸ (hôtels et restaurants)**



4.7-1. Un meta-marché touristique prometteur

Tout marché se caractérise par la loi de l'offre et de la demande. Celui touristique est spécifiquement caractérisé par des offres touristiques et des demandes touristiques. Les explications ci-dessus mises en relief par rapport au nombre de visiteurs que reçoit la plage de Gelée annuellement prouvent qu'il y a une forte demande touristique. Avec des hôtels saturés en

⁵⁷ Enquête menée au cours du festival de Gelée (2014)

⁵⁸ Enquête menée au cours du festival de Gelée (2014)

période de fête ; des restaurants comblés ; et plusieurs dizaines de milliers de visiteurs par jour ; rien ne doute que la demande soit très importante. Par ailleurs, l'offre touristique est aussi présente malgré les limites. Les attraits naturels de la plage (eau douce, sable blond et mer bleuâtre) suffisent naturellement pour constituer des offres touristiques car ces facteurs attirent beaucoup de touristes balnéaires. En outre, certains travaux d'aménagement réalisés sur la plage, notamment du côté des restaurants, rendent le bloc commercial encore plus attrayants.

- La culture

La plage de Gelée offre des activités culturelles de différentes catégories. Les troubadours, réguliers, apportent une touche locale suscitant l'appréciation des visiteurs ; « ... *les ballades de Mollin, de Candio ou d'Achille Paris, etc. mettent en évidence, sur des mélodies succulentes et faciles à fredonner, les richesses lexicales et syntaxiques inexploitées du créole et qui font du parler haïtien une langue savoureuse. Ils chantent tantôt en français, tantôt en créole.* » Frantz Alix Lubin (2013).

Des groupes musicaux locaux et nationaux de diverses tendances (compas, racine, hip-hop) se défilent chaque année sur la scène du festival de Gelée pour apporter du loisir aux visiteurs. D'ailleurs, certains se déplacent spécifiquement pour danser gratuitement le groupe musical de leur rêve et satisfaire leur instinct grégaire naturel. Cet aspect de la plage attire beaucoup plus de visiteurs. De plus, des Dj apportent de l'animation au public.

- Le marché hôtelier

Le marché hôtelier de la plage de Gelée s'explique par l'offre et la demande dans ce secteur. Comme expliquer ci-dessus, les demandes ne sont pas constantes. Plus fréquentes au cours du festival, les demandes sont relativement faibles dans les périodes ordinaires. Donc, en termes d'offre, ce secteur paraît limité en période de fête. Ce qui justifie une augmentation du nombre d'emploi dans ledit secteur à un moment de la durée, et une crise de chômage temporaire à d'autre moment. La création de nouvelles initiatives et la prise de nouvelles mesures touristiques pourraient rendre constante et accroître sur le long terme la demande et du même coup renforcer l'offre.

L'agriculture et la pêche constituent les principales activités économiques des habitants de la zone. La production de riz y est très fréquente. C'est une opportunité pour la couche défavorisée qui

malheureusement tend à disparaître à cause des constructions qui se font dans les zones marécageuses. Les principales victimes de ce fléau ne sont autres que les pauvres planteurs qui cultivent le riz. Toutefois on peut constater quelques agriculteurs qui s'efforcent de travailler la terre malgré leur précarité.

- L'artisanat et la pêche traditionnelle, des attraits touristiques importants

L'artisanat est un secteur clef favorable à la couleur locale de Gelée. Ce secteur offre beaucoup de produits aux visiteurs. Ces derniers, même pour satisfaire leur curiosité, sont parfois obligés de se laisser guider par les charmes des produits artisanaux. L'artisanat constitue une source de rentrée et de création d'emploi pour beaucoup de jeunes, surtout des filles. Ce marché serait encore plus prometteur avec des programmes d'accompagnement et des stratégies de communication efficace valorisant ce secteur.

La pêche traditionnelle ou artisanale, de son côté, complète le charme apporté à la couleur locale. La plupart des jeunes, particulièrement les garçons, n'ont pas d'autre source d'emploi autre que la pêche. Très limités en termes de matériels, les pêcheurs sont obligés d'utiliser la scène ou le filet pour attraper les fruits de mer. Cela explique qu'à Gelée cette activité est à la fois sous-exploitée et pourrait être considérée comme un véritable marché.

Si les hommes vont à la pêche, les femmes aussi se trouvent dépendantes de ce secteur. C'est pour elles une activité commerciale. Ce sont elles qui achètent, en grande partie, les produits de mer qui seront revendus ou préparés pour une autre clientèle. Les visiteurs internationaux prennent généralement plaisir à regarder les pêcheurs tirer les filets. D'autres prêtent mains fortes aux pêcheurs juste pour s'amuser et passer une certaine nostalgie.

4.8- Politique de gestion et de promotion de la plage

Les autorités locales ont mis en place plusieurs initiatives pour valoriser la plage de Gelée, située aux Cayes, Haïti. Selon le Plan Stratégique de Développement d'Haïti⁵⁹, des projets d'aménagement de la plage de Gelée ont été envisagés pour améliorer son attractivité touristique.

⁵⁹ https://www.haiti-now.org/wp-content/uploads/2017/05/MPCE_Plan-De-developpment-Haiti-2030-2.pdf?srltid=AfmBOopmfts_7Wh3vPKMK8dFw80MzwkSFibR1oi-vBurRSuo-jzOcJFT

Et de façon périodique notamment à l’occasion de la fête de la plage, des initiatives de renforcement des infrastructures sont prises par les autorités et les organisations locale.

Cependant, des défis subsistent, notamment en matière de gestion environnementale. Un reportage de 2023 souligne l’insalubrité de la plage due à l’absence de plan de gestion des déchets, affectant négativement son image auprès des visiteurs⁶⁰.

4.9- Stratégie de gouvernance de la plage

La gouvernance de la plage de Gelée repose sur une collaboration entre les autorités locales, des organisations non gouvernementales et la communauté locale, visant à promouvoir le développement durable et la valorisation de cette zone touristique. En 2017, la Mairie des Cayes, en partenariat avec le Comité Interministériel d’Aménagement du Territoire (CIAT) et le groupe « Écolo Jeune » des Cayes, a initié le projet « Gelée Zéro Fatras »⁶¹. Ce projet comprenait l’organisation d’un camp d’été destiné à former une centaine de jeunes sur la gestion des déchets solides, avec pour objectif de les transformer en ambassadeurs de la propreté au sein de leur communauté. Cette initiative visait à pallier le manque de moyens municipaux et à sensibiliser la population aux problématiques environnementales.

Malgré ces efforts, des défis persistent, notamment en matière de gestion environnementale. Un reportage de 2023 souligne l’insalubrité de la plage due à l’absence de plan de gestion des déchets, affectant négativement son image auprès des visiteurs⁶².

Ces initiatives illustrent une approche de gouvernance participative, impliquant les autorités locales, les organisations de la société civile et les citoyens, pour la valorisation et la gestion durable de la Plage de Gelée

4.10- Ressources

Quelques rares ressources sont utilisées dans le cadre de la valorisation de la plage de Gelée :

- **Ressources humaines** : Autorités locales, organisations locales, citoyens engagés.

⁶⁰ <https://haiticlimat.org/site/impacts-de-linsalubrite-de-la-plage-de-gelee/>

⁶¹ https://www.unep.org/fr/actualites-et-recits/recit/les-jeunes-des-cayes-simpliquent-dans-la-gestion-des-dechets?utm_source=chatgpt.com

⁶² https://haiticlimat.org/site/impacts-de-linsalubrite-de-la-plage-de-gelee/?utm_source=chatgpt.com

- **Ressources financières** : Financement des festivités par le ministère de la culture, le secteur privé des affaires, soutien financier de certains organismes internationaux, indemnités etc.
- **Ressources matérielles** : Des outils pour la collecte des déchets.

Ces ressources sont insuffisantes pour valoriser dans le vrai sens du terme les atouts touristiques de la plage de Gelée. Car, au-delà des initiatives occasionnelles, la plage devrait faire objet d'une meilleure gestion regroupant des initiatives constantes impliquant tous les acteurs de la chaîne touristique.

4.11- Stratégies de leadership mises en œuvre pour la gestion de la plage de Gelée

❖ Participation communautaire et sensibilisation

Les habitants des zones proches de la plage de Gelée sont impliqués dans les efforts de gestion touristique. Cela inclut la sensibilisation à l'importance de préserver la potentialité naturelle et culturelle de la plage. La participation des acteurs locaux passe également par la création d'emplois directs pour les résidents, tels que les artisans et les restaurateurs, ce qui renforce le leadership local et l'appropriation de la gestion touristique.

Toutefois, les défis liés à la participation communautaire et à la sensibilisation dans la gestion de la plage de Gelée sont criants. Ils incluent, entre autres, une sensibilisation insuffisante aux enjeux environnementaux, un manque d'engagement de certaines parties de la communauté, des ressources limitées pour soutenir des actions efficaces, ainsi que des conflits d'intérêts entre les différents acteurs locaux. Pour surmonter ces défis, il est crucial de renforcer la formation, d'améliorer la communication et d'assurer une plus grande coordination entre les différents acteurs locaux.

❖ Amélioration des infrastructures locales

Les acteurs locaux mettent toujours en avant la nécessité d'amélioration des infrastructures nécessaires pour soutenir un tourisme durable à Gelée. Cela inclut la gestion des déchets pour maintenir l'attractivité de la plage. Certes, la direction départementale du tourisme a entrepris des aménagements importants sur la plage sous la gouvernance de Michel Joseph Martelly. Mais ces actions sont loin d'être suffisantes pour un développement durable de la destination et le développement socio-économique de la zone.

Les défis liés à l'amélioration des infrastructures locales pour la gestion et la promotion touristique de la plage de Gelée incluent des problèmes de financement (insuffisant), de maintenance, de planification inefficace, d'accessibilité et d'impact environnemental. Pour surmonter ces obstacles, il est essentiel de mettre en place une planification stratégique à long terme, d'améliorer la coordination entre les différents acteurs locaux et de rechercher des solutions financières durables pour maintenir les infrastructures touristiques en bon état.

❖ **Collaboration avec des partenaires publics et privés**

Des partenariats sont établis entre les autorités locales (dont la mairie, le MTPTC et le Ministère de l'environnement) et des acteurs privés (hôtels, restaurants, opérateurs touristiques et entrepreneurs) pour organiser des festivités sur la plage surtout à l'occasion de la Notre-Dame⁶³. Ces partenariats permettent de mieux coordonner les efforts de marketing, de développement d'infrastructures et d'organisation d'événements touristiques. Les autorités locales travaillent en collaboration avec des agences gouvernementales comme le Ministère du Tourisme et des Organisations Non Gouvernementales (ONG) pour mettre en place des programmes de sensibilisation et d'entretien sur la Plage.

Les défis liés à la collaboration entre les acteurs publics et privés pour la gestion et la promotion touristique de la plage de Gelée sont complexes et incluent des problèmes de coordination, de conflits d'intérêts, de gouvernance, de financement et de confiance. Pour surmonter ces défis, il est essentiel d'établir une structure claire de gouvernance, de renforcer la transparence, d'encourager une collaboration à long terme, et de garantir un engagement financier équilibré entre les différents acteurs. Une meilleure compréhension mutuelle et une approche inclusive peuvent également contribuer à maximiser les bénéfices de ces partenariats.

❖ **Stratégies de communication et de marketing**

La plage est promue en organisant des festivals culturels et quelques rares événements sportifs qui attirent les visiteurs. Ces événements renforcent la visibilité de la plage et encouragent un tourisme respectueux et durable. Mais les acteurs locaux participant peu à la promotion de la plage par des

⁶³ 15 août (fête patronale)

campagnes publicitaires locales et des événements. Des matériels de marketing, comme des brochures et des vidéos, ne sont pas trop présents dans des espaces publics.

Les défis liés à la promotion touristique de la plage de Gelée par le biais de stratégies de communication et de marketing incluent la visibilité limitée, des stratégies mal ciblées, un budget restreint, et un manque de partenariat avec des acteurs clés du secteur touristique. Pour surmonter ces défis, il est essentiel de renforcer la présence en ligne, d'améliorer le contenu visuel, de mieux cibler les campagnes marketing, et de développer des partenariats stratégiques avec des agences de voyage et des influenceurs.

❖ Développement de produits touristiques locaux

Les acteurs locaux développent des produits touristiques uniques, comme des troubadours, des événements culturels. Les acteurs locaux promeuvent également l'artisanat et la gastronomie haïtienne en mettant en avant des produits artisanaux et des spécialités culinaires dans les commerces locaux. Cela permet aux visiteurs d'explorer davantage la culture locale tout en profitant de la beauté naturelle de la plage.

Les défis liés au développement de produits touristiques locaux pour la plage de Gelée incluent la diversité et la qualité des produits, le manque d'infrastructures adaptées, la collaboration entre les acteurs locaux, la gestion durable, et la difficulté à atteindre des segments de marché variés. Pour surmonter ces obstacles, il est essentiel de diversifier l'offre touristique, de renforcer la coopération entre les acteurs locaux, d'améliorer les infrastructures et de garantir un développement durable respectueux de l'environnement. Une stratégie de marketing efficace et une attention particulière à la qualité des produits sont également nécessaires pour attirer et fidéliser les touristes.

❖ Suivi et gestion de la durabilité

Des efforts sont déployés pour garantir une gestion durable de la plage, notamment par la gestion des déchets et la préservation des écosystèmes marins et côtiers. Des initiatives de nettoyage de la plage sont organisées régulièrement par des groupes communautaires locaux et des volontaires. Toutefois, la gestion de nombreux défis sont liés à la durabilité des partenariats dans la gestion et la promotion touristique de la plage de Gelée. Cela inclut des problèmes de financement à long terme, de gestion partagée des ressources, de manque de confiance entre les partenaires, d'absence de mécanismes de suivi, et de participation insuffisante des communautés locales. Pour assurer la

durabilité, il est essentiel de renforcer la collaboration entre les acteurs, d'établir des mécanismes de suivi et d'évaluation solides, d'inclure les communautés locales dans la gestion des projets, et d'assurer un financement stable et flexible.

4.12- Une évaluation de l'implication des acteurs locaux dans le processus de valorisation

L'implication des acteurs locaux dans le développement de la plage de Gelée est réelle mais reste insuffisante pour assurer un essor touristique durable. Bien que des initiatives existent, elles manquent de coordination et de financement pour maximiser leur impact. Pour améliorer la valorisation et le développement de la destination, il est essentiel de :

- Renforcer la coopération entre les acteurs publics et privés pour une gestion plus efficace et coordonnée.
- Améliorer les infrastructures et les services afin d'offrir une meilleure expérience aux touristes.
- Encourager les entrepreneurs locaux avec des incitations et un meilleur accès aux financements.
- Promouvoir la destination à l'échelle nationale et internationale à travers des campagnes digitales et des partenariats stratégiques.
- Sensibiliser et former les communautés locales pour qu'elles jouent un rôle actif dans la gestion et le développement du tourisme.

4.13- Impacts des politiques de gouvernance et de management

Une approche équilibrée est nécessaire pour maximiser les bénéfices du tourisme tout en réduisant ses impacts négatifs. Pour cela, il faudra mettre en place un cadre réglementaire clair pour encadrer le développement touristique et protéger l'environnement. Aussi, il faut encourager une répartition équitable des bénéfices pour éviter les inégalités économiques et garantir que les communautés locales profitent du tourisme ; investir dans des infrastructures durables (gestion des déchets, eau potable, énergies renouvelables) pour minimiser l'impact environnemental ; renforcer la participation des communautés locales dans la planification et la gestion touristique ; et promouvoir un tourisme responsable et durable à travers des campagnes de sensibilisation et des initiatives écotouristiques.

En effet, une bonne gouvernance touristique peut transformer la plage de Gelée en une destination durable et prospère, bénéficiant aussi bien aux acteurs économiques qu'aux communautés locales et à l'environnement.

4.14- Défis et obstacles de la mise en oeuvre d'un tourisme durable

Le développement d'un tourisme durable sur la plage de Gelée se heurte à plusieurs défis et obstacles qui entravent la mise en place d'initiatives respectueuses de l'environnement, économiquement viables et socialement inclusives.

- Défis environnementaux

L'érosion côtière et la montée des eaux menacent la plage de Gelée, réduisant l'espace disponible pour les activités touristiques. Aussi, l'absence de mesures de protection du littoral (barrières naturelles, reboisement des mangroves) aggrave l'érosion.

Par ailleurs, l'accumulation de déchets plastiques et organiques et des algues maritimes sur la plage nuit à son attractivité et à la biodiversité marine. Le manque d'infrastructures de gestion des déchets (poubelles, collecte sélective) rend difficile le maintien de la propreté du site.

Une exploitation excessive des ressources naturelles (eau potable, pêche intensive) met également en danger l'équilibre écologique, sans ignorer la destruction de la faune et de la flore locales, notamment par des pratiques touristiques irresponsables (collecte de coraux et de coquillages).

De plus, l'urbanisation anarchique, avec la construction de structures non réglementées (hôtels, restaurants), perturbe l'équilibre écologique et nuit à l'esthétique de la périphérie de la plage. Le non-respect des normes environnementales dans les constructions entraîne une dégradation rapide de l'environnement naturel.

- Défis économiques

L'absence de fonds dédiés aux projets de tourisme durable empêche la mise en place d'infrastructures écologiques (énergies renouvelables, traitement des eaux, recyclage). Les entrepreneurs locaux ont un accès limité aux crédits pour financer des initiatives durables. De surcroît, la baisse de la fréquentation touristique à cause de l'instabilité politique, des

catastrophes⁶⁴ naturelles et parfois des pandémies⁶⁵ affecte considérablement l'économie locale. Ce qui représente un défi majeur pour la valorisation de la plage.

Un manque de diversification de l'offre touristique est également constaté sur la plage. Les activités proposées se limitent souvent à la baignade et à la restauration, sans valorisation d'autres formes de tourisme (écotourisme, agrotourisme, tourisme culturel). L'absence de circuits touristiques intégrés reliant la plage de Gelée à d'autres sites d'intérêt dans la région fait aussi défaut.

Les différents acteurs (hôteliers, restaurateurs, transporteurs, artisans) travaillent souvent de manière isolée, réduisant l'impact des initiatives touristiques collectives. Il faut tenir compte également du manque de synergie entre les autorités publiques et le secteur privé pour élaborer des stratégies de développement à long terme.

- Défis sociaux et institutionnels

Les communautés locales ne sont pas toujours conscientes des enjeux du tourisme durable et de son importance pour leur avenir économique. Il y a absence de formations adaptées pour les prestataires touristiques en matière d'accueil, d'écotourisme et de gestion durable des ressources.

La population locale ne bénéficie pas toujours directement des revenus du tourisme, qui profitent souvent aux grandes entreprises ou aux investisseurs extérieurs. D'où, un manque de politiques favorisant l'implication des communautés locales dans la gestion et l'exploitation des ressources touristiques. L'absence de lois strictes et d'une réglementation efficace pour encadrer le développement touristique et protéger l'environnement est un handicap majeur. De plus, l'insécurité qui gangrène le pays décourage les visiteurs et nuit à la fréquentation de la destination.

⁶⁴ Cas du cyclone « Matthew » en 2016 et du tremblement de terre du 14 août 2021

⁶⁵ Cas du coronavirus (2019-2021)

CONCLUSION

Cette recherche a permis d'analyser l'impact du leadership stratégique sur la valorisation des atouts touristiques et le développement du tourisme durable à la plage de Gelée sur la période 2015-2023. À travers l'étude des différentes stratégies de gouvernance, des initiatives de développement et de l'implication des acteurs locaux, nous avons pu évaluer la pertinence de notre hypothèse.

Les résultats de notre analyse confirment notre hypothèse selon laquelle le leadership stratégique des acteurs publics et privés joue un rôle déterminant dans la valorisation des atouts touristiques et le développement durable du tourisme à la plage de Gelée. Cette dernière reste une référence pour le Sud en termes de potentialité touristique et naturelle. Toutefois, il y a lieu de renforcer l'efficacité de ce leadership en agissant sur plusieurs facteurs, notamment la qualité de la gouvernance, la mobilisation des ressources et l'engagement des parties prenantes.

Nos résultats montrent que les initiatives mises en place par les autorités locales contribuent à une certaine mesure à l'organisation de la plage. Toutefois, des lacunes en matière de coordination et de planification à long terme limitent l'impact des actions entreprises.

L'implication des parties prenantes locales (autorités, investisseurs, communauté) se fait sentir surtout à l'occasion du festival. Au cours de cette période, l'engagement des acteurs permet de structurer certaines activités culturelles et de promouvoir les attraits naturels de la plage. Cependant, une implication plus forte des communautés locales, notamment à travers des mécanismes participatifs, reste nécessaire pour garantir une gestion durable et inclusive.

L'adoption d'une approche de tourisme durable basée sur ses attraits naturels et environnementaux renforce ses avantages comparatifs à la lumière de la théorie de David Ricardo. C'est toujours une fierté pour les autorités et les habitants d'affirmer que la plage de Gelée remplit toutes les conditions naturelles : sable, mer, eau douce et soleil. Toutefois, les efforts en matière de tourisme durable sont encore insuffisants. L'absence d'une stratégie cohérente de protection de l'environnement et de gestion des flux touristiques constitue une menace pour la durabilité de la destination.

Synthèse et recommandations

L'étude met en évidence que le développement durable du tourisme à la plage de Gelée dépend fortement d'un leadership stratégique efficace, capable de mobiliser l'ensemble des acteurs et d'adopter une approche équilibrée entre croissance économique, préservation environnementale et inclusion sociale. Pour maximiser les bénéfices du tourisme et assurer sa durabilité, nous recommandons :

- Une planification stratégique concertée impliquant toutes les parties prenantes pour assurer une gestion optimale des ressources.
- Une gouvernance participative et transparente, renforçant le dialogue entre les autorités, les investisseurs et la communauté locale.
- Une politique de développement durable intégrée, encourageant les pratiques écoresponsables et la formation des acteurs locaux.
- Un soutien accru aux initiatives entrepreneuriales locales, favorisant l'inclusion économique des populations riveraines de la plage de Gelée.

En conclusion, le leadership stratégique et une gestion proactive des atouts touristiques sont les clés du succès pour faire de la plage de Gelée une destination touristique durable et compétitive. Cependant, des efforts supplémentaires doivent être consentis pour garantir une approche équilibrée entre développement économique, préservation de l'environnement et bien-être des populations locales.

BIBLIOGRAPHIE

- Alkire, S. (2015). Multidimensional Poverty measurement.
- Anglade G. (1985). L'Espace haïtien.
- Barthelemy, G. (1993). La République haïtienne : Etats des lieux et perspectives. ADEC Karthaala, Paris.
- Beaudoin, A. (1998). Temps et Tourisme. Quebec: L'université du Québec à Trois-Rivières.
- Bernard, H. et Al. (1983). Guide touristique des bords de mer. Edition Yves Thomas, Paris, pp. 510.
- Bruno Sarasin, Luc Renaud. (2014). Quel tourisme pour Haïti : de la résilience à l'émergence d'une nouvelle destination ? *Etudes Caribéennes*.
- Claude, D. et Al. (2009). Dictionnaire d'économie et de sciences sociales. Nathan, pp. 575.
- Condé, G. (2008). *La ville des Cayes : politique II*.
- Denis, C. (1999). Déchiffrer l'économie. Edition à la découverte, Syron, Paris. pp. 441.
- Dumas, A. (1843). Présentation de la République d'Haïti. *Haïticulture*.
- Dupont, L. (2015). La relation entre tourisme, croissance et développement inclusifs dans les petites destinations insulaires de luxe : l'exemple d'Anguilla dans la Caraïbe. *Open Edition*.
- Emanuel J. De K. (1979). Le tourisme, passeport pour le développement. Banque Mondiale. Unesco.
- Georges, E. L. (2009). Espaces Périphériques et économiques d'archipel. Bibliothèque nationale d'Haïti. Quebec, pp. 382.
- Georges, L. et Al. (1986). L'environnement et le patrimoine. Larousse. Librairie Larousse. Paris, pp. 128.
- Graburn, N. L. (2010, Novembre). L'anthropologie pour étudier le tourisme. *Monde du tourisme*, p. 23.
- Guy Lasserre, Paul Moral, Pierre Usselman. (1985). *Atlas d'Haïti*. Université de Bordeaux 3.

- Info, O. (2014, Mai 14). *Les recettes totales d'exportation du tourisme international ont atteint 1.400 milliards de dollars en 2013, selon le baromètre de l'Organisation Mondiale du Tourisme*. Récupéré sur UN News:
<https://news.un.org/fr/story/2014/05/288992>
- Jean-Luc Dubois, François-Régis Mahieu. (2009). Sen, Liberté et Pratiques du Développement. *Revue Tiers Monde*, pp. 245-261.
- Lazzarotti, O. (2010, Novembre). Le tourisme, matière à penser de la science géographique. *Monde du tourisme*, p. 10.
- Lehalle, E. (2015). Une brève histoire du tourisme. Dans *Nouveau Tourisme culturel, définitions et stratégies*.
- Levasseur, M. (2011, juin 27). Flux touristiques : classement mondial des destinations et des marchés émetteurs. *Desti-Mag*.
- Loubet, F. (2011). *Analyse de l'impact du tourisme sur le développement des territoires ruraux marginaux. Application de l'approche par les capacités à l'étude de l'espace rural rhônalpin*. Université de Grenoble.
- Martin Mowforth, Ian Munt. (2015). *Tourism and Sustainability Development, globalisation and new tourism in the Third World*. London: Taylor and Francis Group.
- Maurice, P. (1964). Note sur la théorie monétaire de Milton Friedman. *Revue économique*, pp. 677-712.
- Méadel, C. (2019). Une histoire de l'utilisateur des technologies de l'information et de la communication (TIC). *Le mouvement social*, pp. 29-44.
- Meyer, C. D. (2005). Le tourisme : essai de définition. *Management & Avenir*, pp. 7-25.
- Murphy, P. (2012). Tourism: A Community Approach (RLE Tourism). Dans P. Murphy, *Tourism*. London.
- Peixoto, A. C. (1977). La théorie de la dépendance : bilan critique. *Revue française de science politique*, pp. 601-629.
- Prophète, J. (2008). Dictionnaire historique et géographique des communes d'Haiti. Konbit, 3^{ème} édition, Bibliothèque nationale du quebec, pp. 331.
- Ricardo, D. (1817). *Principes de l'économie politique et de l'impôt*. London.

- Risi, M. (2013, Avril 4). Récupéré sur Onu Tourisme:
<https://www.unwto.org/fr/archive/press-release/2013-04-04/la-chine-devient-le-premier-marche-emetteur-de-tourisme-au-monde>
- Samuel Bates, Saturnin Dokoui, Olivier Pognon. (2007, mai 1). Évaluation de l'avantage macroéconomique net du tourisme Analyse coûts-bénéfices des recettes touristiques internationales. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine* , pp. 79-96.
- Sénat, J. D. (2018). Délocalisation des marchés publics des Cayes : Gabriel Fortuné s'explique. *Le nouvelliste*.
- Solow, R. (1956). *A Contribution to the Theory of Economic Growth*. The Quarterly Journal of Economics.
- Stefan Gössling, David Scott et C. Michael Hall . (2015). *Tourism and Water*. Academia.
- Tazim B. Jamal; Donald Getz. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Sciencedirect*, pp. 186-204.
- Victorin, R. (1999). *Le tourisme en Haïti : analyse de la structure d'hébergement*. Université de Sherbrooke.

ANNEXE I

Informations géospatiales de Gelée



Légendes

Stationnement : bleu

Scène du festival : rouge

Aire de jeux collectifs : rose

Camping : violet

Zone commerciale : jaune

Baignade : brun

Bloc sanitaire :

Poste de secours :

Poste de contrôle :

Exit /sortie :



Source : Mairie des Cayes

ANNEXE II

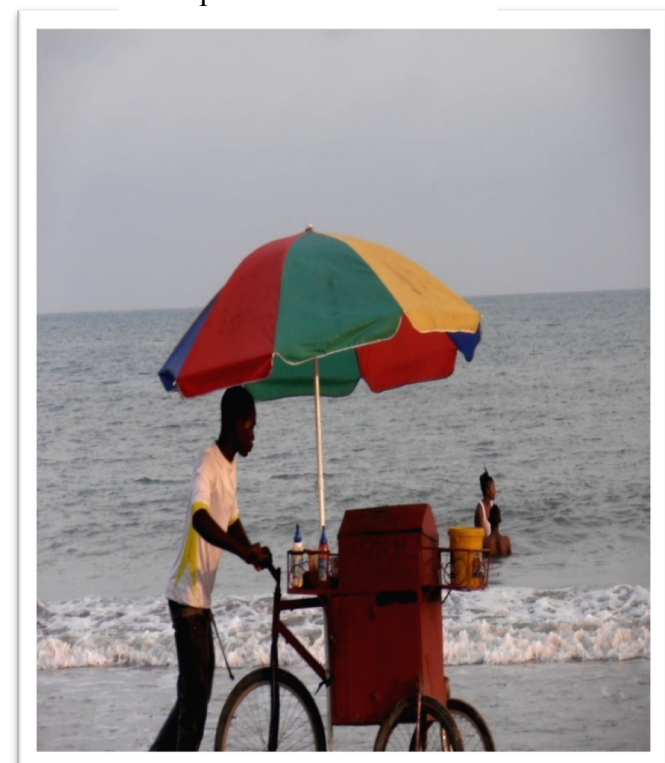
Photos de la plage de Gelée



Vue partielle du sable



Vue partielle des restaurants



Vue sur la mer avec un jeune marchand ambulant



Vue partielle de l'eau douce

Quelques photos des festivités à Gelée



Source : Eline Magazine (Festival)



Source : Ticket Magazine (Festival)



Source : Le Nouvelliste (Exposition artisanale)



Source : Wismy Fontin (Festival Monte Kap)



Festival Monte Kap : Source / <https://festivalmontekap.wordpress.com/>

ANNEXE III : Questionnaire

Acteurs publics

1)Comment décririez-vous le rôle des autorités locales dans le développement du tourisme à la plage de Gelée ?

2)Existe-t-il une stratégie de développement touristique spécifique pour la plage de Gelée ? Si oui, comment est-elle mise en œuvre ?

3) Quels sont les principaux défis de gouvernance rencontrés dans la gestion du tourisme sur la plage ?

4)Comment le leadership stratégique a-t-il influencé l'évolution du tourisme sur la plage entre 2015 et 2023 ?

5)Y a-t-il des politiques publiques mises en place pour encourager un tourisme plus durable ?

6)Selon vous, quels sont les atouts majeurs de la plage de Gelée qui pourraient être mieux exploités pour attirer plus de visiteurs ?

7)Quels efforts ont été faits pour promouvoir la destination au niveau national et international ?

8)Quelles actions spécifiques ont été entreprises pour mettre en valeur la culture locale et les traditions haïtiennes dans l'offre touristique ?

9)Existe-t-il des collaborations entre les autorités locales et les acteurs privés pour mieux commercialiser la destination ?

10)Quels canaux de communication et outils marketing (réseaux sociaux, site web, brochures, etc.) sont utilisés pour promouvoir la Plage de Gelée ?

11)Quels sont les projets ou initiatives écologiques mis en place pour protéger l'environnement (gestion des déchets, protection du littoral, énergies renouvelables) ?

12)Quelles actions de sensibilisation sont menées pour encourager les visiteurs et les entrepreneurs à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement ?

13)Comment gérez-vous l'équilibre entre le développement touristique et la préservation des ressources naturelles ?

Questionnaire / acteurs privés

1) Quels projets ou quelles activités avez-vous entrepris/es sur la plage de Gelée ?

2) En tant qu'acteur du secteur privé, quels sont les principaux défis que vous rencontrez dans votre activité touristique ?

3) Avez-vous reçu un soutien des autorités ou d'autres organismes pour votre activité ?

4) Quelles sont les principales opportunités d'investissement qui existent actuellement pour le tourisme sur la plage de Gelée ?

5) Comment percevez-vous la collaboration entre les différents acteurs du tourisme (hôteliers, restaurateurs, guides, transporteurs, etc.) ?

6) Y a-t-il des formations ou programmes d'accompagnement pour aider les entrepreneurs à mieux structurer leurs activités touristiques ?

7) Dans quelle mesure les populations locales participent-elles activement au développement du tourisme sur la plage de Gelée ?

8) Quels sont les avantages et inconvénients du tourisme pour les communautés locales ?

9) Existe-t-il des programmes permettant d'impliquer davantage les jeunes et les femmes dans les activités touristiques ?

10) Y a-t-il des associations ou initiatives locales qui travaillent sur la valorisation des ressources naturelles et culturelles ?

11) Quels sont, selon vous, les trois plus grands défis qui freinent le développement du tourisme durable sur la plage de Gelée ?

12) Quels sont les principaux obstacles rencontrés dans la mise en place d'une gouvernance efficace du tourisme ?

13) Quelles actions ou réformes pourraient améliorer la gestion et l'attractivité touristique de la plage ?

14) Selon vous, quelles seraient les meilleures stratégies pour faire de la plage de Gelée une référence en matière de tourisme durable en Haïti ?

15) Comment voyez-vous l'avenir du tourisme sur la plage de Gelée dans les cinq prochaines années ?

ANNEXE IV : Grilles d'entretien

Organisations locales

Section 1 : Informations générales

1. Nom de l'institution : _____
2. Fonction occupée : _____
3. Depuis combien de temps travaillez-vous dans le secteur du tourisme à Gelée ?
 - ☐ Moins de 2 ans
 - ☐ 2 à 5 ans
 - ☐ Plus de 5 ans

Section 2 : Leadership stratégique et gouvernance touristique

4. Existe-t-il un plan de développement touristique spécifique à la plage de Gelée ?
 - ☐ Oui
 - ☐ Non
 - ☐ Je ne sais pas
5. Selon vous, le leadership des autorités locales a-t-il contribué à la valorisation de la plage de Gelée ?
 - ☐ Très efficace
 - ☐ Moyennement efficace
 - ☐ Peu efficace
 - ☐ Pas du tout efficace
6. Quelles stratégies ont été mises en place pour promouvoir le tourisme durable sur la plage de Gelée ? (Cochez celles qui s'appliquent)
 - ☐ Protection de l'environnement et gestion des déchets
 - ☐ Investissement dans les infrastructures
 - ☐ Sensibilisation et formation des acteurs locaux
 - ☐ Campagnes de promotion nationale et internationale
 - ☐ Autres (précisez) : _____
7. Quels sont les principaux défis rencontrés dans la mise en œuvre du tourisme durable sur la plage de Gelée ? (Plusieurs choix possibles)
 - ☐ Manque de financement
 - ☐ Manque de coordination entre acteurs
 - ☐ Dégradation environnementale
 - ☐ Insécurité
 - ☐ Manque d'implication des communautés locales
 - ☐ Autres (précisez) : _____

Grille d'entretien

Habitants et visiteurs

Section 1 : Informations générales

1. Vous êtes :

- ☐ Résident de la région
- ☐ Touriste national
- ☐ Touriste étranger

2. Fréquence de visite à la plage de Gelée :

- ☐ Première visite
- ☐ Occasionnellement (1 à 3 fois par an)
- ☐ Régulièrement (plus de 3 fois par an)

Section 2 : Expérience touristique et perception du développement durable

3. Comment évaluez-vous les infrastructures touristiques sur la plage de Gelée ?

- ☐ Très bonnes
- ☐ Acceptables
- ☐ Insuffisantes
- ☐ Mauvaises

4. Quels aspects trouvez-vous les plus attrayants à la plage de Gelée ? (Plusieurs choix)

- ☐ Beauté du paysage
- ☐ Qualité des services (hôtels, restaurants)
- ☐ Sécurité
- ☐ Propreté et respect de l'environnement
- ☐ Animation culturelle et événements

5. Avez-vous remarqué des initiatives en faveur du tourisme durable sur la plage ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

6. Selon vous, quels sont les principaux problèmes qui freinent le développement touristique de la plage de Gelée ?

- ☐ Pollution et gestion des déchets
- ☐ Manque d'infrastructures
- ☐ Insécurité
- ☐ Manque de communication et de promotion
- ☐ Mauvaise gestion des ressources naturelles

7. Quelles actions recommandez-vous pour améliorer l'expérience touristique et la protection de l'environnement à la plage de Gelée ?

- ☐ Renforcer la sensibilisation sur la propreté et la gestion des déchets
- ☐ Développer plus d'activités écotouristiques
- ☐ Améliorer la sécurité
- ☐ Mieux impliquer les communautés locales
- ☐ Autres (précisez) : _____

Grille d'entretien

Commerçants (hôtels et restaurants)

Section 1 : Informations Générales

1. Nom de l'établissement : _____
2. Type d'établissement :
 - ☐ Hôtel
 - ☐ Restaurant
 - ☐ Bar
 - ☐ Autre (précisez) : _____
3. Depuis combien de temps exercez-vous votre activité sur la plage de Gelée ?
 - ☐ Moins de 2 ans
 - ☐ 2 à 5 ans
 - ☐ Plus de 5 ans
4. Quelle est votre capacité d'accueil ?
 - ☐ Moins de 10 clients
 - ☐ 10 à 30 clients
 - ☐ Plus de 30 clients
5. Quelle est votre clientèle principale ?
 - ☐ Touristes locaux
 - ☐ Touristes nationaux
 - ☐ Touristes étrangers
 - ☐ Mixte

Section 2 : Perception du Développement Touristique de la plage de Gelée

6. Selon vous, comment le tourisme a-t-il évolué sur la Plage de Gelée ces dernières années (2015-2023) ?
 - ☐ Forte croissance
 - ☐ Croissance modérée
 - ☐ Stagnation
 - ☐ Déclin
 - ☐ Je ne sais pas
7. Diriez-vous que les infrastructures touristiques (routes, éclairage, sécurité, assainissement) sont adaptées au développement du tourisme ?
 - ☐ Oui
 - ☐ Non
 - ☐ Moyennement

8. Pensez-vous que les autorités locales jouent un rôle actif dans la promotion et la gestion du tourisme ?
- ☐ Oui, elles sont engagées
 - ☐ Moyennement engagées
 - ☐ Pas engagées du tout
 - ☐ Je ne sais pas
9. Selon vous, quels sont les principaux atouts de la plage de Gelée pour attirer plus de touristes ? (Cochez les trois plus importants)
- ☐ Beauté naturelle du site
 - ☐ Offre gastronomique locale
 - ☐ Activités et événements culturels
 - ☐ Proximité avec d'autres attractions touristiques
 - ☐ Hospitalité des habitants
 - ☐ Autres (précisez) : _____
10. Quels sont les principaux défis qui freinent le développement touristique de la plage de Gelée ? (Cochez les trois plus importants)
- ☐ Manque d'infrastructures
 - ☐ Manque de promotion et de marketing
 - ☐ Insécurité
 - ☐ Mauvaise gestion des déchets et de l'environnement
 - ☐ Manque de coordination entre les acteurs du tourisme
 - ☐ Saisonnalité de la fréquentation touristique
 - ☐ Autres (précisez) : _____

Section 3 : Pratiques de Gestion et Stratégies d'Adaptation

11. Avez-vous bénéficié d'un soutien (subventions, formations, accompagnement) des autorités locales pour développer votre activité ?
- ☐ Oui
 - ☐ Non
 - ☐ Je ne sais pas
12. Quelle(s) stratégie(s) utilisez-vous pour attirer plus de clients ? (Cochez celles qui s'appliquent)
- ☐ Publicité sur les réseaux sociaux
 - ☐ Collaboration avec des agences de voyage
 - ☐ Organisation d'événements ou d'animations
 - ☐ Offres promotionnelles et réductions
 - ☐ Autres (précisez) : _____

13. Quel est le niveau d'implication des commerçants (hôtels, restaurants) dans la gestion touristique de la plage ?

- ☐ Fortement impliqués
- ☐ Moyennement impliqués
- ☐ Peu impliqués
- ☐ Pas impliqués du tout

Section 4 : Engagement envers le Tourisme Durable

14. Avez-vous mis en place des pratiques écologiques dans votre établissement ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ En projet

15. Si oui, quelles actions avez-vous entreprises ? (Cochez celles qui s'appliquent)

- ☐ Réduction de l'utilisation du plastique
- ☐ Gestion efficace des déchets et recyclage
- ☐ Économie d'eau et d'énergie
- ☐ Utilisation de produits locaux et durables
- ☐ Sensibilisation des clients à l'environnement
- ☐ Autres (précisez) : _____

16. Quels obstacles rencontrez-vous dans la mise en place d'un tourisme plus respectueux de l'environnement ?

- ☐ Coût élevé des solutions écologiques
- ☐ Manque de sensibilisation des clients
- ☐ Absence de réglementations environnementales adaptées
- ☐ Manque d'accompagnement et de formation
- ☐ Autres (précisez) : _____

17. Pensez-vous que le développement d'un tourisme durable sur la plage de Gelée peut être bénéfique pour votre activité ?

- ☐ Oui, cela renforcerait l'attractivité du site
- ☐ Non, cela limiterait les opportunités économiques
- ☐ Je ne sais pas

Section 5 : Recommandations et Perspectives

18. Selon vous, quelles actions pourraient être mises en place pour améliorer l'attractivité touristique de la plage de Gelée ? (Cochez les trois plus importantes)

- ☐ Meilleure promotion et communication sur la destination
- ☐ Investissements dans les infrastructures (routes, éclairage, sécurité)
- ☐ Sensibilisation des touristes et commerçants à l'environnement

- ☐ Soutien financier et technique aux commerçants locaux
- ☐ Développement de nouvelles activités touristiques (sports nautiques, randonnées, excursions)
- ☐ Autres (précisez) : _____

19. Seriez-vous prêt à participer à une initiative collective entre commerçants et autorités pour améliorer la gestion touristique de la plage ?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je ne sais pas

20. Avez-vous des suggestions ou commentaires sur la manière dont la plage de Gelée pourrait devenir un modèle de destination touristique durable en Haïti ?
