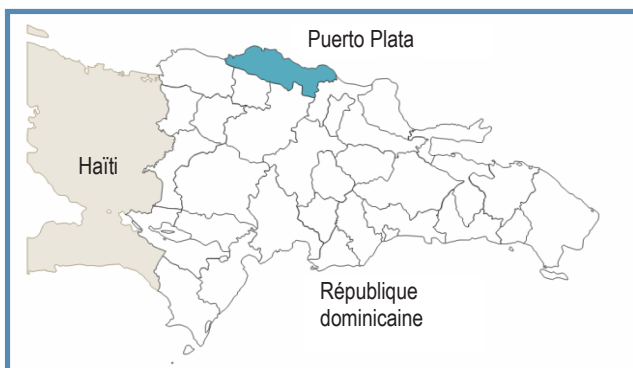


1. Contexte du projet

- Pays : République dominicaine
- Nom du projet : Tourisme durable basé sur un partenariat public-privé
- Période de coopération : 2009 - 2013
- Organisme d'exécution : Secrétariat d'État du Tourisme, Institut national de formation technique et professionnelle

La République dominicaine est un pays qui prospère grâce au tourisme et qui accueille le plus grand nombre de voyageurs parmi les pays des Caraïbes. Dans la province de Puerto Plata, située dans le Nord, dans les années 1970, des stations balnéaires de grande taille ont été aménagées grâce à des investissements étrangers soutenus par des politiques actives de promotion du tourisme. En 2000, les stations balnéaires sont devenues les attractions touristiques par lesquelles près de 30 % des visiteurs devaient passer. Cependant, la plupart des hôtels de ces stations accueillaient les touristes occidentaux des voyages organisés vendus par les tour-opérateurs, et ces touristes passaient la majorité de leur temps à l'intérieur des hôtels. Faut de liens avec l'extérieur, cette forme de tourisme n'a pas contribué à revitaliser l'économie locale parce qu'il fournissait peu d'opportunités aux habitants de prendre part à l'économie du tourisme et à gagner un revenu, et elle n'a pas réussi à attirer l'attention sur les ressources touristiques potentielles locales. Ces dernières années, la province a dû faire face à une rude concurrence de la partie orientale du pays ainsi que des pays voisins. Le nombre de touristes dans la province était en baisse, en partie à cause du ralentissement de l'économie des pays d'Amérique du Nord.



Localisation de la province de Puerto Plata

2. Activités du projet

Ce projet avait pour objectif de favoriser le développement d'un tourisme durable, en aidant les habitants à prendre des initiatives afin d'exploiter les ressources culturelles et naturelles régionales et de proposer une large variété de produits et de services touristiques, en collaboration avec les organisations locales.

Au stade initial du projet, un groupe a été formé pour piloter la mise en œuvre des activités : l'« unité municipale pour le renforcement

du pouvoir des communautés (UMPC) », un groupe de travail pour le développement des activités touristiques basé sur un partenariat public-privé. L'UMPC était composée de représentants des administrations municipales, des églises, des entreprises commerciales, des organisations non gouvernementales, des associations de voisins, des groupes d'agricultrices et des groupes de jeunes. Dix UMPC ont été créées au niveau municipal. Un autre réseau d'UMPC a été établi au niveau provincial pour développer le tourisme provincial et soutenir le réseau municipal des UMPC. Il a renforcé la coopération entre les UMPC municipales et a assuré la promotion des produits touristiques dans le cadre des festivals provinciaux. Par ailleurs, il a préparé des lignes directrices sur le développement d'un tourisme durable et s'est employé à les diffuser dans d'autres régions. Cette approche visait à faire découvrir plus largement les ressources locales pour en apporter les bénéfices à la région dans son ensemble.



Réunion du réseau d'UMPC avec ses partenaires

Le projet a labélisé tout concept de produit touristique réalisable et caractéristique de la région et il a mis au point plus de 30 produits et services touristiques ingénieux utilisant des ressources locales. Les ventes de tels produits et services ont atteint environ 3 millions de pesos (environ 7,5 millions de yens) à la fin du projet.

En mai 2013, 156 organisations avaient rejoint les UMPC dont 23 groupes de femmes. Parmi ces derniers, neuf groupes menés par des femmes et constitués grâce au projet. Par ailleurs, 89 des 221 représentants des 156 organisations sont des femmes. Trois raisons principales expliquent pourquoi les femmes sont venues participer aux groupes.

- (1) Le projet soutenait les personnes qui se consacraient au développement de la région, sans considération de sexe, avec l'objectif d'utiliser les ressources locales et les encourageait à participer aux groupes.
- (2) Les membres du personnel du projet qui soutenaient les habitants étaient des femmes ce qui facilitait les relations de confiance.
- (3) La possibilité, comme travail secondaire, de confectionner à la maison de nombreux produits utilisant des ressources locales a encouragé les femmes à prendre part aux groupes.

Parmi les produits et les services touristiques proposés par les groupes menés par les femmes, on peut citer une excursion pour

découvrir le cacao et s'initier à la fabrication du chocolat, qui permet aux participants d'en apprendre davantage sur le cacao dans une ferme de cacao. Ils peuvent observer la culture et la récolte et découvrir la fabrication du chocolat tout en écoutant les explications des membres de l'UMPC et des jeunes bénévoles du village.



Découverte du cacao avec les guides de l'excursion.

Une excursion propose de découvrir le baseball dans une communauté, et une adolescente, qui est aussi une joueuse de baseball, présente un lanceur local qui joue depuis plus de 10 ans dans la Ligue nationale américaine, et commente les expositions dans la galerie du stade local.



Une guide explique une exposition sur le baseball.

L'un des produits touristiques de Los Hidalgos est un exemple de marque, qui a du succès, et que les membres de l'UMPC ont créée en utilisant les ressources locales en coopération avec des groupes de femmes venues de l'extérieur. Il s'agit d'accessoires tricotés à la main par les femmes. Le concept de base du produit est « amour, paix, unité, fierté et joie ». Les femmes s'occupent de toutes les tâches, de la conception à la promotion et à la vente du produit. Elles vendent des accessoires tricotés à la main et elles montrent comment les fabriquer lors d'un salon public annuel qui a été inauguré en 2012. Le salon est conçu comme une manifestation familiale que peuvent apprécier hommes et femmes de tous âges.

Comme décrit précédemment, les produits et les services sont

développés et conçus en utilisant les ressources et la culture locales, et leur promotion et leur vente sont assurées lors d'évènements ou de festivals, et dans les médias. Ils sont ensuite évalués, et améliorés grâce aux résultats des évaluations. Le réseau des UMPC travaille à la mise en place d'un système de développement du tourisme durable en faisant de l'agence de coordination provinciale un forum pour des discussions avec le secteur du tourisme.



Brochure présentant des accessoires tricotés à la main

3. Impacts du projet du point de vue sexospécifique

Dans les zones rurales, les activités économiques des femmes sont généralement limitées, en raison de facteurs tels que l'accès limité au financement et de modes de pensée qui tendent à donner l'avantage aux hommes. Dans le projet, les femmes ont parfois été perturbées par les interventions excessives de leur partenaire quand elles prenaient part aux activités du projet et qu'elles obtenaient des revenus de leurs produits et de leurs services. Dans de tels cas, les groupes de femmes se sont efforcés d'obtenir la compréhension des partenaires pour pouvoir continuer les activités du projet.

Le groupe de tricot fait main de Los Hidalgos a conçu des produits en utilisant les techniques traditionnelles des femmes. Les femmes du groupe sont fières d'elles-mêmes et de leurs activités quand elles vendent leurs produits dans les salons et voient les clients ravis de les choisir et les acheter. L'une des leaders du groupe a dit : « Ce qui compte, ce n'est pas que nos produits se vendent. C'est la manière dont les clients regardent nos produits avec le sourire et leurs compliments qui nous motivent ». On observe également, dans d'autres groupes, que des femmes qui restaient à la maison ont gagné du plaisir, un sentiment d'accomplissement et de satisfaction, et de la confiance en elles lorsqu'elles peuvent jouer un rôle actif ou bien assumer un leadership tout en développant leurs compétences grâce aux activités du projet.

Le projet a adopté une approche systématiquement positive afin de valoriser les atouts de la région, de donner confiance en soi et fierté aux femmes et de dynamiser leurs activités. Le projet a aussi utilisé les forces et les rôles des femmes, et il a réglé, grâce aux groupes, les problèmes auxquels elles faisaient face. Nous pouvons dire que cette approche a motivé les partenaires, y compris les femmes, en les encourageant à participer aux activités du projet de manière dynamique, et qu'elle a produit des résultats tangibles.