

Table des matières

Résumé	iii
Avant-propos et remerciements	iv
Table des matières	v
Liste des tableaux	vii
Liste des figures	viii
Liste des abréviations	ix
Introduction	1
Contexte socio-économique	2
1. Revue de la littérature	5
1.1 Community-Based Tourism	5
1.2 Tourisme autochtone	9
1.3 Création de produits durables avec le modèle CBT	12
1.4 L'empowerment	15
2. Question de recherche et objectifs	17
3. Méthodologie	18
4. Analyse	22
4.1 Puerto Viejo de Talamanca	22
4.2 ATEC	22
4.3 Les indigènes	23
4.4 Les offres autochtones d'ATEC	25
4.5 Construction de la grille de critères	27
4.5 Analyse des entretiens	28
4.5.1 Économique	28
4.5.2 Sociale et culturelle	33

4.5.3 Environnementale	42
5. Synthèse.....	45
5.1 Forces.....	45
5.2 Faiblesses	46
6. Recommandations pour ATEC	49
6.1 Challenge I.....	49
6.1.1 Recommandations du challenge I.....	49
6.2 Challenge II	52
6.2.1 Recommandations du challenge II.....	52
6.3 Challenge III	53
6.3.1 Recommandations du challenge III.....	54
6.4 Challenge IV.....	54
6.4.1 Recommandations du challenge IV.....	55
6.5 Challenge V.....	56
6.5.1 Recommandations du challenge V.....	56
Conclusion.....	60
Références	62
Déclaration de l’auteur.....	68

Liste des tableaux

Tableau 1: Les trois types de CBT.....	6
Tableau 2: Grille de critères 1	13
Tableau 3: Grille de critères 2	14
Tableau 4: Grille de critères affinée	27
Tableau 5: Évaluation des critères	48
Tableau 6: Synthèse des recommandations	59

Liste des figures

Figure 1: Localisation des peuples autochtones	23
Figure 2: Démonstration du cacao	25
Figure 3: Découverte de la biodiversité à Keköldi.....	25
Figure 5: Traversée du fleuve pour rejoindre Yorkín	26
Figure 4: Arrêt de bus de San Juan.....	26

Liste des abréviations

ATEC	Asociacion Talamancaña Ecoturismo y Conservacion
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
ICT	Instituto Costarricense de Turismo
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censo
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONG	Organisation Non Gouvernementale
TEC	Tecnológico de Costa Rica

Introduction

La diversité des cultures autochtones du monde suscite la curiosité d'un nombre croissant de touristes. Cette tendance à rechercher des nouvelles activités par les voyageurs affectent les communautés locales de diverses façons et à des degrés différents (Monterrubio & Bermúdez, 2015, p. 3).

Ces communautés deviennent des acteurs du tourisme et sont souvent aidées par des organismes touristiques pour les soutenir dans leur démarche. Les ONG prennent, dans la plupart des cas, ce rôle comme lien entre les communautés et les visiteurs pour gérer au mieux les offres touristiques. Selon Higgins (cité dans Wearing, McDonlad & Ponting, 2005, p. 427), les ONG sont devenues l'un des principaux défenseurs et exécutants du tourisme durable et de l'écotourisme. En travaillant directement avec elles, les ONG soutiennent les communautés dans le développement de stratégies alternatives afin de les aider à protéger l'intégrité de leurs ressources naturelles et de leur culture tout en leur apportant une source de revenus (Scheyvens, 2012).

Ce travail a pour but d'étudier les offres touristiques autochtones de l'organisation ATEC située à Puerto Viejo, petit village dans la région de Talamanca, au sud-est du Costa Rica. Les recherches sont basées sur divers entretiens avec les parties prenantes des offres dans le but de rédiger des recommandations pour améliorer la durabilité de ces offres.

La première partie définit les termes abordés de ce travail tels que le *community-based tourism*, le tourisme autochtone, ainsi que la création d'un produit touristique durable. Cette partie est suivie par la création de critères d'évaluation pour analyser les offres d'ATEC. Ensuite, l'observation et l'analyse des différents entretiens effectués sont présentés dans le but de formuler des recommandations s'appuyant également sur le guide d'Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) donnant des conseils sur le bon fonctionnement des projets de CBT ainsi que sur l'avis d'un expert de ce type de tourisme.

Contexte socio-économique

Le Costa Rica est un pays d'Amérique centrale qui vit principalement de l'agriculture et du tourisme. Il est perçu comme l'un des pays d'Amérique latine les mieux positionnés quant à la qualité de vie (OCDE, 2018). En effet, les 5'003'402 habitants (en 2018) de cette république (INEC, 2018), ont pratiquement tous accès à l'éducation, la santé et la retraite (OCDE, 2018). Depuis la courte guerre civile en 1948, l'armée a été dissoute et l'ancien président Arias a négocié l'Accord de Paix Centraméricain ainsi remportent le prix Nobel de la Paix en 1987 (Campbell, 2002, p. 32). Depuis lors, le pays bénéficie de sa réputation neutre et attire ainsi un grand nombre de visiteurs.

Le début significatif du tourisme dans ce pays se situe au milieu du XX^e siècle, suite à la création de l'Institut du Tourisme Costaricain (ICT) en 1955 (Campbell, 2002, p. 39). Avant cela, seuls quelques destinations étaient visitées néanmoins on ne pouvait pas les considérer comme des offres touristiques. Ce développement s'est fait avec le soutien du gouvernement et grâce aux ressources naturelles du pays, essentiellement en misant sur les parcs nationaux (Bautista, 2006). Malgré les différents évènements géopolitiques, telles que les crises financières et les guerres mondiales qui ont freiné le développement économique, le nombre de visiteurs du Costa Rica n'a cessé d'augmenter (800% entre 1984 et 2015) (ICT, 2017). L'augmentation du nombre de touristes et d'infrastructures hôtelières a néanmoins engendré des effets néfastes sur l'environnement. L'ampleur et l'étendue de ces problèmes environnementaux font désormais l'objet d'un débat permanent au Costa Rica, poussant le ministère du tourisme costaricain à créer un programme de certification de tourisme durable pour les établissements hôteliers en 1997 (Rivera, 2002, p. 335). De plus, l'ICT soutient un modèle de tourisme qui n'est pas orienté selon la demande des clients; le Costa Rica propose des offres basées sur les richesses du pays, sans qu'il ne soit nécessaire de créer un dispositif artificiel répondant aux besoins du consommateur (Alvarado, 2010, p. 13-14).

De nos jours, le Costa Rica est considéré comme le pionner de l'écotourisme, notamment grâce à l'étendue de son offre culturelle et naturelle. Les zones naturelles protégées représentent 28,1% du territoire national terrestre et maritime. Le gouvernement a fait de nombreux efforts depuis ces 20 dernières années pour développer le tourisme et met un accent particulier sur les communautés indigènes vivant au Costa Rica (Monterrubio & Bermúdez, 2015, p. 2). En misant sur ses attractions naturelles, le pays a su s'imposer comme une destination phare de l'écotourisme sur la scène touristique internationale. En effet, selon l'ICT, non seulement l'écotourisme arrive en deuxième place des motivations des visiteurs à découvrir le Costa Rica entre 2015 et 2017, mais en plus, 998'555 voyageurs non résidents du Costa Rica ont visité des zones naturelles protégées en 2015. Hearne et Salinas affirment par ailleurs que la plus importante source de devises étrangères du pays provient des parcs nationaux et des zones protégées (2001, p. 2).

Selon Coffey (cité dans Alvarado, 2010, p. 5), l'écotourisme apparaît comme une option encourageante d'une part pour la conservation des ressources naturelles et culturelles, et d'autre part comme une occasion de réduire le chômage et de générer des fonds à investir dans d'autres secteurs.

Toutefois, selon les recherches d'Alvarado (2010), le tourisme au Costa Rica ne reflète pas exactement ce souhait. En effet, plusieurs impacts négatifs sur l'environnement ainsi que sur les communautés ont été observés tels que la perte de terrain des aires protégées par exemple. Concernant les parcs nationaux, Girot, Weitzner et Fonseca Borrás affirment que la création de parcs a entraîné l'expropriation et le déplacement forcé de communautés qui se sont vu refuser l'accès à leurs terres et à leurs ressources (1998, p. 1).

De nombreux peuples autochtones dépendent exclusivement de la nature qui constitue la base même de leur activité et de leur subsistance. La perte de terrain menace la survie de ces peuples qui utilisent les terres pour l'agriculture, la chasse, la pêche, ou la cueillette (Meri, 2016, p. 2). Meri ajoute que «although Costa Rica has profiled itself as an ethical traveler destination, indigenous people remain fairly isolated from the rest of the society and their rights have constantly been debated» (2016, p. 4).

Dans ces recherches, Campbell (2002) argumente que la politique de conservation du Costa Rica a souvent été implantée selon le modèle traditionnel *top-down* sans prendre en compte le besoin des locaux.

Le Costa Rica est donc un pays disposant non seulement d'une grande richesse naturelle, mais également culturelle autochtone (Monterrubio & Bermudez, 2014, p. 2). Les indigènes du Costa Rica représentent environ 2,2% de la population totale et sont répartis sur 24 territoires, composée de huit tribus différentes (Meri, 2016, p. 32). Ces territoires se situent principalement dans le sud de pays, à la frontière du Panama. L'offre touristique culturelle englobe donc également la rencontre avec ces indigènes.

1. Revue de la littérature

Cette partie présente les concepts de *community-based tourism* ainsi que de tourisme autochtone. Par la suite, le processus de création de produits durables est présenté sur la base de diverses études.

1.1 Community-Based Tourism

Le *community-based tourism* ou tourisme communautaire en français (Rousset, 2009, p. 65), est un modèle de gestion avec une vision qui se veut du bas vers le haut contrairement aux modèles de gestion ordinaires souvent appelés *top-down*. Cela signifie que les communautés locales doivent être étroitement intégrées au processus de planification d'un projet (Rousset, 2009, p. 12). D'après Nel-Lo Andreu, le tourisme communautaire est «une étape avancée de l'écotourisme, parce qu'elle intègre les communautés locales en tant que protagonistes de son développement, qui deviennent les responsables de la protection et de la valorisation économique du patrimoine naturel et culturel» (ma traduction) (2008, p. 167).

Liu (cité dans Scheyvens, 1999, p. 246) ou encore Ceballos-Lascurain (cité dans Scheyvens, 1999, p. 246) expliquent que le CBT se distingue des autres initiatives par sa sensibilité à l'environnement et son but visant à garantir que les membres des communautés locales aient un degré élevé de contrôle sur les activités, et qu'une proportion significative des bénéfices leur revienne. Ce modèle de gestion est généralement associé au développement des communautés rurales ou pauvres (Giampiccoli & Mtapuri, 2012, p. 29). Les premiers projets de CBT ont été implémentés en Asie principalement dès les années 1990 et leurs coordinateurs étaient surtout des ONG (Häusler, 2006, p. 3). Lorsque le modèle du tourisme communautaire est bien géré, cette forme de tourisme devrait devenir plus durable et équitable (Rousset, 2009, p. 65). Un des plus grands défis du CBT concerne la préservation de son authenticité. En effet, lorsque le tourisme s'implante dans une communauté rurale, il est souvent accompagné d'habitudes de consommation introduites par les voyageurs. Par conséquent, les locaux peuvent en être affectés, ce qui les conduit à importer des produits

ou à modifier leurs traditions pour contenter les touristes. Ce genre de changement peut affecter le mode de vie et les moyens de subsistances locaux positivement ou négativement (Trejos & Chiang, 2009, p. 373).

Giampiccoli et Mtapuri (2012, p. 37) différencient trois types de CBT; le *community tourism*, le *communitiy-based partnership tourism* et le *community-based tourism*. Ces dérivés sont illustrés par le tableau ci-dessous:

Tableau 1: Les trois types de CBT

CBT typologies	Basic description	Position within ideological framework
CBT (Community-based tourism)	Community fully own (control) and manage the tourism enterprise.	Alternative approach ↓ Neo-liberalism
CBPT (Community-based partnership tourism)	Community engage private sector in partnership	
	Private sector engage community in partnership	
CT (Community tourism)	Community assets as a private investment.	

Source: Giampiccoli & Mtapuri (2012, p. 37)

La participation de la communauté est la caractéristique de base du CBT. C’est pourquoi, selon la gestion de l’offre, le CBT se décline en trois modèles. Lorsqu’une communauté crée et gère elle-même une offre touristique, ce modèle correspond au CBT. S’il existe un partenariat entre la communauté et le secteur privé, on parle de CBPT. Enfin, le CT ressemble davantage au tourisme de masse. Dans ce dernier cas, les communautés n’ont aucun pouvoir sur les offres. Ces dernières sont souvent vendues auprès des touristes comme offres communautaires mais n’incluent aucune participation de la communauté (Giampiccoli & Mtapuri, 2012, p. 37). Toutefois, dans la pratique, l’appellation CBT est souvent utilisée pour désigner un modèle du CBPT car le niveau de participation de la communauté peut varier dans le modèle du CBT. Dans un autre article, Giampiccoli &

Mtapuri concluent que: «On reflection, the assessment reveals that a variety of CBT venture models take CBT as embracing mostly all tourism development approaches and including community owned and managed ventures as much as private investment» (2015, p. 46).

Le *community-based tourism* n'a pas pour unique but de rendre l'industrie du tourisme plus durable, il introduit d'autres aspects positifs dans cette industrie. Dans ses travaux, Guereña (cité dans Nel-Lo Andreu, 2008, p. 171) explique qu'en intégrant les communautés locales comme acteurs principaux de l'offre, le tourisme communautaire met un accent sur la dimension sociale qui reste souvent négligée dans l'écotourisme. Sutawa (2012, p. 418) présente le tourisme communautaire comme une réponse aux critiques qui affirment que le tourisme est exclusif et ne donne aucun avantage aux communautés locales. Trejos et Chiang (2009, p. 380) sont du même avis en affirmant que le CBT permet à la majorité des membres de la communauté de poursuivre leur mode de vie et leurs spécialisations traditionnelles au lieu de procéder à un changement radical en s'adaptant aux touristes, contrairement au tourisme de masse. Par ailleurs, la dimension économique est également mise en avant dans le concept du CBT, car le tourisme communautaire génère de plus grands revenus à l'échelle locale que le tourisme de masse (Trejos & Chiang, 2009, p. 380). La répartition du bénéfice entre les membres de la communauté est l'un des principes fondamentaux du modèle de CBT (Rousset, 2009, p. 64). Enfin, la dimension environnementale est également abordée dans le CBT. Nel-Lo Andreu (2008, p. 181) affirme que ce modèle touristique incite à la conservation dans des réserves privées par exemple, et stimule des actions de protections et de pratiques de production durable.

Dans ses recherches, Blackstock (2005) explique que malgré le fait que le CBT puisse être un moyen de créer une industrie touristique plus durable, les partisans de ce modèle s'écartent fréquemment de l'éthique du développement communautaire sur trois points. Premièrement, les projets du CBT ne donnent pas constamment une importance suffisante à *l'empowerment* des communautés. D'après Timothy (cité dans Rousset, 2009, p. 92), la communauté est plus souvent désignée comme objet que comme partenaire actif du projet. Stettner (cité dans Blackstock, 2005, p. 41) affirme que les locaux n'ont pas le pouvoir de

rejeter le tourisme comme option de développement, mais sont contraints de soutenir cette industrie par une illusion de partage. Ainsi, comme le souligne Scheyvens (cité dans Giampiccoli & Mtapuri, 2012, p. 38), les communautés peuvent finir par n'y trouver qu'un avantage économique plutôt que l'opportunité de participer dans l'entreprise et de se perfectionner dans le domaine touristique.

Deuxièmement, le terme de communauté reste très vague. Selon Murphy, les partisans du tourisme communautaire ont tendance à idéaliser la définition de communauté en l'évoquant comme «a bonding of people and place, which creates its own distinctive character and force for survival in an increasingly impersonal business world» (cité dans Blackstock, 2005, p. 42).

Murphy argumente que cette présentation de la communauté est une vision idéaliste se faisant passer pour sociale alors que la plupart des communautés sont hétérogènes et qu'au sein de ces dernières existent des relations de pouvoirs dont l'intérêt n'est parfois pas collectif mais personnel.

Enfin, les locaux ne sont évidemment pas des experts touristiques. Peu d'entre eux savent comment gérer le tourisme ou l'implanter dans la communauté. Ce manque de connaissances peut avoir un impact sur l'offre touristique et requiert donc le soutien de tiers pour créer une offre concrète au sein d'une communauté (Trejos & Chiang, 2009; Häusler, 2006). Dans certains cas, c'est justement à cause de cette absence de lien avec les tiers, alliée au manque de compétences en gestion que des initiatives communautaires sont dans parfois inefficaces (Scheyvens, 2007, p. 241). Ce manque de compétences peut amener certaines communautés à interpréter *l'empowerment* comme la liberté sans limite de se développer, sans tenir compte des autres parties prenantes (Sutawa, 2012, p. 418). Ces diverses raisons peuvent conduire à l'échec certains projets.

Le tourisme communautaire se répand partout dans le monde. Au Costa Rica, il est appelé *Turismo Rural Comunitario* et existe depuis les années 1990 grâce aux diverses ONG soutenant le développement du tourisme durable. Deux organisations en particulier ont

encouragé l'introduction du modèle CBT au Costa Rica; premièrement, le *Global Environment Facility's Small Grant Program* qui soutient divers projets de CBT dans le monde entier (Global Environment Facility's Small Grants Program, 2019) ainsi que la *Fundecooperación* qui est active en Amérique centrale pour contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de ses habitants (Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente, 2019). Deuxièmement, au niveau national, la *Red Ecoturística Nacional* (COOPRENA) ainsi que l'*Asociación Comunitaria de Turismo Rural* (ACTUAR) sont deux acteurs du tourisme rural qui ont développé des programmes de soutien, de promotion, de formation et de qualité destinés aux associations et coopératives membres (Nel-Lo Andreu, 2008, p. 173). Toutefois, ACTUAR n'existe plus de nos jours. D'après Barrera (cité dans Trejos & Chiang, 2009, p. 375), plus de 70 organisations appliquant le CBT au Costa Rica existaient en 2007. Dans ses études (2007), Cardín Pedrosa explique que le tourisme communautaire au Costa Rica est perçu comme un instrument permettant de subvenir aux besoins financiers de familles rurales, de combattre l'isolement économique, de contribuer à réduire l'exode rural, d'apprécier et de récupérer la culture locale et d'encourager le développement des infrastructures dans les zones rurales. Les principales activités proposées par les autochtones du Costa Rica concernent la découverte de la nourriture, des produits artisanaux, les visites guidées, les tours ou l'hébergement (Nel-Lo Andreu, 2008, p. 182).

Différentes formes de tourisme sont particulièrement appropriées au modèle CBT, dont le tourisme autochtone (Chaiyakhiet, 2014). Selon ses recherches (2004), Azevedo Luíndia affirme que contrairement aux autres modèles touristiques, le CBT est actuellement la stratégie la plus viable pour les sociétés autochtones, car il génère des revenus, des postes de travail, la sédentarisation des jeunes sur le territoire et une revitalisation des valeurs symboliques telles que les dialectes par exemple. Les communautés autochtones ont donc tout intérêt à proposer des offres touristiques en exploitant le modèle du CBT.

1.2 Tourisme autochtone

Le tourisme autochtone est une alternative au tourisme de masse dont le CBT est souvent utilisé pour gérer ses offres. Il découle du tourisme communautaire de manière plus

spécifique, car il vise les communautés autochtones. Il comprend de diverses activités, telles que des visites guidées, de l'animation et des événements culturels, mais également des activités en pleine nature, de type aventure et d'observation (Blangy, McGinley & Harvey Lemelin, 2010, p. 70). Butler & Hinch le définissent comme: «an activity in which indigenous people are directly involved whether in control and or by having their culture serve as the essence of the attraction» (cité dans Whitford, Bell & Watkins, 2001, p. 152).

Dans cette définition, la notion de participation ou d'implication des autochtones est mise en avant, ce qui explique que le CBT est le modèle correspondant le mieux à ce type de tourisme. Toutefois, selon Notzke (cité dans Blangy, McGinley & Harvey Lemelin, 2010, p. 70), il existe deux déclinaisons du tourisme autochtone; soit les indigènes gèrent l'intégralité de l'offre et proposent leurs propres produits touristiques, soit des non-autochtones gèrent l'offre qui est centrée sur la culture autochtone. La première approche part de la communauté et invite ensuite le secteur privé à participer, tandis que la seconde commence par une initiative du secteur privé, qui détermine progressivement le niveau d'implication de la communauté dans le projet (Giampiccoli & Mtapuri, 2012, p. 36). Toutefois, les deux déclinaisons requièrent une approche de bas en haut, qui soit conforme au modèle du CBT.

Les avantages du tourisme autochtone ou tourisme indigène sont multiples. L'arrivée d'activités touristiques au sein de communautés autochtones peut apporter à ces dernières un progrès économique, le développement des affaires, des opportunités d'emploi et d'éducation ainsi que de la préservation de leur culture et leurs traditions (Whitford, Bell & Watkins, 2001, p. 156). La communauté acquiert ainsi une certaine autonomie économique, et développe également des formes équitables de développement communautaire local. Ceci influence non seulement les acteurs économiques mais également les facteurs sociaux, culturels, politiques et environnementaux (Colton, 2005, p. 186).

Le tourisme autochtone est cependant critiqué du fait qu'il commercialise la culture d'une communauté indigène. Cette commercialisation, appelée *culture commodification* en anglais, peut encourager la construction d'une culture différente de la culture originale

(Monterrubio & Bermúdez, 2015, p. 4). Su (2009, p. 497) affirme que la marchandisation de la culture dénigre les significations associées à l'environnement bâti et aux biens culturels spécifiques. Les locaux tendent à modifier leurs activités touristiques afin de répondre aux attentes des touristes. De ce fait, l'authenticité de la culture se réduit et les traditions peuvent même être oubliées à cause de cette *sur-folklorisation*. C'est le cas des tribus Masai Mara d'Afrique australe par exemple, qui ont perdu leur équilibre culturel à cause du tourisme (Payen, 2012, p. 14). Greenwood (cité dans Su, 2009, p. 497) a analysé le rituel musical espagnol de l'Alarde, et en a conclu que comme le rituel était réorienté pour convenir aux touristes, les locaux n'étaient plus disposés à y participer. Greenwood ajoute qu'ainsi, la culture est «packaged, priced, and sold like building lots, rights-of-way, fast food, and room service, as the tourism industry inexorably extends its grasp» (cité dans Su, 2009, p. 497).

Dans la même vision, Cohen argumente que la commercialisation de la culture modifierait la signification des produits culturels et des relations humaines, les rendant finalement insignifiants (1988, p. 371).

Le Costa Rica n'est pas seulement perçu comme le pionnier de l'écotourisme, il est également à l'origine du programme de paiements pour les services environnementaux (Pagiola, 2006; Daniels, Bagstad, Esposito, Moulaert & Rodriguez, 2010). Ce programme vise à protéger et promouvoir les forêts en dédommageant les propriétaires fonciers pour les efforts environnementaux qu'ils y font (Murillo, Castillo & Ugalde, 2014, p. 35). Selon les mêmes auteurs (2014, p. 41), ce programme soutient les populations indigènes au travers d'activités de formation dédiées au tourisme rural ou à l'apprentissage de l'anglais, par exemple. Toutefois, ce soutien reste limité par la superficie attribuée aux territoires autochtones. C'est pourquoi, le développement du tourisme dans ces zones peut être une solution durable afin que ces terres soient conservées et que les communautés deviennent financièrement autonomes comme les communautés de Yorkín et Keköldi dans la région de Talamanca (Cardín Pedrosa & Alvarez Lopez, 2007, p. 1664).

Le tourisme autochtone s'est développé au Costa Rica à la fin des années 1970. À cette époque, un champignon monilia a ravagé les cultures de cacao, principale source de revenus des indigènes, et la production a chuté de 79% (Dahlquist & Bosque-Pérez, 2007, p. 16). De nombreux membres des communautés indigènes ont alors été forcés de travailler dans les cultures de bananes au profit de plus grandes entreprises. Les conséquences sur la santé des travailleurs ont été désastreuses; nombre d'entre eux sont décédés des suites de maladies provoquées par les produits chimiques utilisés dans les cultures. Par ailleurs, les travailleurs ont été contraints de s'éloigner de leurs proches pour se rendre dans les plantations, et l'argent reçu servait souvent à des fins privées plutôt que comme bénéfice pour la famille (Meri, 2016, p. 38). Le tourisme s'est imposé comme alternative permettant aux communautés indigènes de retrouver leur indépendance financière.

1.3 Création de produits durables avec le modèle CBT

Toujours plus de projets basés sur le CBT sont développés dans le monde comme alternatives au tourisme de masse. Mais ces initiatives sont souvent critiquées, parfois à juste titre. Il est en effet difficile de définir des critères précis et objectifs pour qualifier un projet de «durable».

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) ainsi que différents organismes à plus petite échelle proposent cependant des critères pour évaluer la dimension durable de projets touristiques. Cette dimension concerne trois aspects: social, économique et environnemental.

Middleton (cité dans Céron & Dubois, 2000, p. 44), explique qu'il est impossible de fixer des critères à l'échelle internationale, car chaque pays a ses propres caractéristiques. Il est judicieux de réaliser ces critères au niveau de l'entreprise directement, ou de la destination. Scheyvens propose un *framework* pour mettre en avant les domaines auxquels il convient d'accorder une attention particulière si l'on souhaite que les initiatives d'écotourisme évitent les pièges de nombreuses entreprises passées qui ont privé les communautés locales de leur pouvoir. Goodwin et Santilli (2009) ont utilisé une autre méthode en interviewant des

experts du CBT pour identifier les principales caractéristiques permettant d'éviter ces échecs. Leurs recommandations sont surtout basées sur la participation des communautés et ils expliquent que le modèle du *community-based tourism* peut apporter des gains significatifs pour les communautés grâce à leur autonomisation. En 2015, les États membres de l'ONU ont mis en place un programme de développement durable avec 17 objectifs spécifiques. Le tourisme a le potentiel de contribuer à tous ces objectifs et est fermement ancré dans l'Agenda 2030. Établi en 2017, ce dernier a pour but de mettre fin à l'extrême pauvreté, à l'inégalité, à l'injustice, et au changement climatique d'ici 2030 (UNWTO & UNDP, 2017).

Les tableaux ci-après présentent tous les critères en lien avec le tourisme durable ainsi que le CBT selon les documents cités précédemment:

Tableau 2: Grille de critères 1

Document source	Charte du tourisme durable (PNUE, 1995)	Organisation Mondiale du Tourisme (OMT, 2005)	Responsible Ecological Social Tour (REST, 2003)
Termes abordés	<ul style="list-style-type: none"> - Viabilité économique - Prospérité au niveau local - Qualité de l'emploi - Équité sociale - Satisfaction des visiteurs - Contrôle local - Bien-être des communautés - Richesse culturelle - Intégrité physique - Diversité biologique - Utilisation rationnelle des ressources - Pureté de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> - Usage optimal des ressources - Respect de l'authenticité socioculturelle - Offre d'avantages socio-économiques pour tous les intervenants 	<ul style="list-style-type: none"> - Implication de la communauté - Qualité de vie - Environnement durable - Préservation de la culture - Apprentissage interculturel - Répartition équitable du bénéfice

Source: Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

Tableau 3: Grille de critères 2

Document source	Community-based Tourism: a success? (Goodwin & Santili, 2009)	Ecotourism and the empowerment of local communities (Scheyvens, 1999)	Agenda 2030 (UNWTO & UNDP, 2017)
- Termes abordés	<ul style="list-style-type: none"> - Capital social et empowerment - Conservation et environnement - Amélioration du niveau de vie - Développement économique local - Viabilité commerciale - Bénéfices collectifs 	<ul style="list-style-type: none"> - Augmentation de revenus durables pour la communauté hôte - Amélioration du niveau d'appartenance des membres de la communauté - Maintien de l'équilibre de la communauté - Considération des voix de la communauté 	<ul style="list-style-type: none"> - Eliminer la pauvreté - Eliminer la faim - Améliorer la qualité de vie - Assurer l'accès à l'éducation - Parvenir à l'égalité des sexes - Garantir l'accès à l'eau - Garantir l'accès à l'énergie propre - Promouvoir un travail décent et une croissance économique - Bâtir une infrastructure résiliente - Réduire les inégalités - Rendre les communautés durables - Consommer et produire durablement - Prendre des mesures pour lutter contre le changement climatique - Conserver la vie aquatique - Préserver la vie terrestre - Assurer la paix et la justice - Renforcer les partenariats

Source: Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

Les points relevés dans la Charte du tourisme durable ainsi que dans les directives de l'OMT ont été repris de l'article «Opérationnaliser le développement durable en contexte écotouristique: quels critères?» écrit par Tranquard et Gagnon en 2012. Cet article a pour but d'identifier les critères de la durabilité écotouristique, en faisant un lien entre le tourisme durable et l'écotourisme uniquement, sans prendre en compte le modèle du CBT. C'est la raison pour laquelle, la grille présente également les critères de *Responsible Ecological Socail Tour* (REST) souvent employés dans le CBT, l'article de Goodwin & Santili

dont les critères concernent le CBT, celui de Scheyvens qui met l'accent sur la participation des communautés, ainsi que l'Agenda 2030 et ses objectifs durables actuels.

Chacun de ces moyens d'évaluation met un accent sur le pouvoir donné aux communautés. Cette participation des communautés est essentielle dans la création d'un produit durable. Elle est couramment appelée *empowerment*.

1.4 L'empowerment

L'empowerment fait partie intégrante d'un produit durable dans le *community-based tourism*. En effet, comme vu précédemment, le CBT a de nombreuses définitions, toutefois, chacune d'entre elle l'aborde avec un terme en commun; « participation ». *L'empowerment* est le terme employé pour définir cette participation ou ce processus dans lequel la communauté locale décide et gère de façon autonome ses propres choix politiques, économiques et sociaux (Rousset, 2009, p. 12-13). Sutawa (2012, p. 417) affirme que sans la participation de la communauté, le développement du tourisme ne peut être un succès. Par ailleurs, Sutawa (p. 420) conclut que *l'empowerment* permet de former les membres de la communauté à devenir des personnes indépendantes, ayant la capacité de prendre des décisions et d'appliquer toutes les décisions individuellement ou en groupe, en utilisant les ressources locales pour améliorer leur bien-être.

Selon Paul, il existe quatre niveaux de participation communautaire:

1. Le partage des informations: les concepteurs de projet doivent informer la population sur ce qui va se passer dans le but de faciliter la mise en œuvre du projet.
2. La consultation: la population doit être réellement consultée. Les porteurs de projet doivent lui demander son avis sur ce qu'il faut faire ou ne pas faire. Néanmoins, la population n'a pas de pouvoir de décision.
3. La prise de décision: les populations locales sont non seulement consultées, mais elles participent aux décisions qui sont prises concernant la mise en œuvre du projet.

4. La mise en œuvre du projet: les populations locales sont directement parties prenantes du projet et participent à son fonctionnement (cité dans dans Payen, 2012, p. 19)

Dans les projets touristiques, les termes choisis pour parler de participation des communautés restent souvent vagues et n'expliquent pas exactement de quel niveau de participation les locaux disposent, c'est pourquoi ils sont très critiqués. De plus, il n'existe aucun label concernant le tourisme autochtone ce qui signifie qu'aucun critère n'est fixé concernant la collaboration des locaux (Payen, 2012, p. 20).

Selon Stromquist (cité dans Rousset, 2009, p. 13), un produit est durable uniquement s'il répond aux critères de *l'empowerment* selon les quatre dimensions suivantes: cognitives, psychologiques, politiques et économiques. Kaiser (2015) explique ces dimensions comme suit:

- La dimension cognitive consiste à développer une vision critique et comprendre sa réalité afin d'être acteur de son destin et gérer au mieux *l'empowerment*;
- La dimension psychologique fait surtout référence à la confiance en soi et l'estime de soi;
- La dimension politique est définie par Stromquist (cité dans Kaiser, 2015, p. 20) comme la capacité à analyser son environnement politique et social;
- La dimension économique renvoie à l'autonomie financière ou de contrôle économique;

Toutes ces dimensions sont donc la représentation du processus permettant à une communauté de gérer un projet de manière autonome.

2. Question de recherche et objectifs

L'inexistence de critères uniques concernant une offre touristique durable est basée sur du *community-based tourism* rend l'évaluation de produits touristiques impossible à grande échelle. Toutefois, la réalisation de critères sélectionnés pour une destination ou une offre précise permet d'élucider les éventuelles difficultés et d'y proposer des recommandations. Le but de ce travail est, premièrement, d'analyser les offres touristiques autochtones d'ATEC afin d'en définir les forces et faiblesses. Cette analyse se concentre sur la durabilité au travers des trois dimensions du développement durable et par des critères prédéfinis adaptés au tourisme durable basé sur un modèle de CBT. Deuxièmement, suite à l'évaluation de chacun des critères, la rédaction de recommandations en lien avec les faiblesses des offres sont proposées dans le but de les améliorer et de répondre à la question de recherche du travail; Comment améliorer la durabilité des offres touristiques autochtones de *l'Asociación Talamanqueña Ecoturismo Conservación*?

3. Méthodologie

Ce travail a pour objectif d'analyser les offres touristiques autochtones d'ATEC afin d'établir des recommandations les rendant plus durables. Afin de répondre à la question de recherche, la méthodologie de ce travail se déroule en plusieurs étapes.

Premièrement, la construction d'une grille de critères d'évaluation a été réalisée en employant la méthode de *desk research*. Afin de caractériser ces critères, l'analyse croisée des définitions du tourisme durable ainsi que du CBT a été utilisée. Les données se sont basées sur des textes officiels provenant d'organismes touristiques ainsi que sur des articles scientifiques. Cette méthode a été inspirée de Tranquard et Gagnon (2012), qui l'ont employée pour rédiger des critères sur le développement durable et l'écotourisme.

Deuxièmement, huit entretiens semi-directifs avec différentes parties prenantes des offres autochtones touristiques ont été réalisés. L'élaboration de grilles d'entretien qui a été faite au préalable ainsi que la retranscription des interviews enregistrées se trouvent en annexe. Le report de ces entretiens pour l'analyse a été réalisé de manière à assurer l'authenticité des paroles des interviewés. Par conséquent, la traduction des discussions en espagnol a été reportée de façon à ne pas biaiser l'analyse tout en modifiant certaines tournures de phrase pour donner du sens en français. Au contraire, l'interview menée en français a été retranscrite mot pour mot, ce qui explique quelques erreurs de langue. Les observations de l'auteur qui a participé aux diverses offres seront également apportées.

Trois membres BriBri ont été interviewés concernant les critères directement liés à la communauté. Ces personnes font partie de deux communautés distinctes: premièrement, celle de Yorkín, dont l'association s'appelle *Stibrawpa*, et celle de Dururpe. La communauté Yorkín a su se faire connaître au niveau mondial et est pionnière du tourisme autochtone de Tamanca. Dans cette communauté, Bernarda, présidente de l'association et fondatrice de cette dernière, ainsi que Marlon, un étudiant, ont été questionnés. Miriam a été interviewée pour représenter la communauté de Dururpe. Elle est la sœur de Bernarda et a donc

bénéficié des conseils de sa sœur pour développer le tourisme dans sa communauté depuis plus d'une année.

Le tourisme au sein de ces communautés indigènes poursuit les mêmes objectifs; la protection des forêts, l'amélioration de l'économie familiale ainsi que le renforcement et la préservation de la culture. Ces buts touchent chacun une dimension du développement durable.

Les entretiens ont été axés sur les points suivants:

- les activités proposées;
- la gestion de ces activités et la communication avec les revendeurs des offres;
- la croissance de l'offre et de la demande;
- les bénéfices de ces activités (économiques et sociaux);
- l'accès aux formations et aux emplois dans le tourisme;
- la conscience écologique;

Deux entretiens ont été menés avec le manager d'ATEC, Yeral Durón. Yeral est le directeur d'ATEC, ONG qui travaille depuis presque 30 ans avec les indigènes pour développer des offres touristiques dans ces territoires. Il est âgé de 28 ans et travaille au sein de l'ONG depuis environ 5 ans. Il connaît parfaitement les communautés et soutient celles qui souhaitent ouvrir leurs portes au tourisme. Il a contact avec tous les acteurs des offres indigènes, mais n'est pas pour autant nommé comme unique responsable de ces offres. Cet échange a été réalisé en deux temps car certaines informations avaient déjà été transmises à l'auteur lors d'un premier entretien pour son introduction au sein de l'ONG. La seconde rencontre a été faite pour compléter les informations manquantes.

Keysuar Hernandez est à la fois un guide touristique collaborant avec ATEC, et également le fondateur de *Keshtour*, petite organisation touristique qu'il gère seul en réalisant des treks et des tours dans les territoires indigènes. Ce jeune homme de 26 ans vit grâce au tourisme. Lui et sa famille accueillent les touristes chez eux depuis plus de 30 ans, lorsque ses parents ont créé le projet de sauvegarde des iguanes verts à Keköldi car l'espèce était menacée dans

tout le Costa Rica. En construisant une ferme pour ces animaux, la famille a involontairement introduit un aspect touristique à son projet. Actuellement, la «Ferme des Iguanes» fait partie des offres d'ATEC et Keysuar travaille comme guide pour plusieurs tours, essentiellement en lien avec la découverte de la nature. Keysuar parlant plusieurs langues, c'est la seule interview de ce travail qui a été réalisée en français.

Ces entretiens ont été orientés sur les points suivants:

- les activités proposées;
- la gestion des offres;
- la communication avec les communautés;
- la croissance de l'offre et de la demande;
- la conscience écologique;
- l'accès aux formations touristiques pour les communautés;

Enfin, deux touristes ont également été impliquées dans cette recherche. Rease est une blogueuse américaine invitée par une agence de voyages pour passer une nuit au sein de la communauté *Stibrawpa* à Yorkín. Cette voyageuse n'a pas pour habitude de faire du tourisme d'aventure ou de nature, elle est donc sortie de sa zone de confort pour explorer une autre façon de voyager. Anita, qui voyage avec sa fille, a passé une nuit au sein de la communauté de Dururpe. Elle y a été en tant que touriste mais également pour travailler avec la communauté comme bénévole. Cette visite dans cette communauté ne lui a donc pas été facturée. Elle a cependant l'habitude de ce genre d'expériences, ayant déjà visité une communauté indigène à Cuba.

Ces entretiens ont été axés sur les points suivants:

- les activités proposées;
- le professionnalisme des communautés;
- la conscience écologique;

Le but de tous ces entretiens a été d'obtenir des avis de chaque acteur de ces offres pour déterminer les forces et faiblesses de ces dernières. Une synthèse de ces impressions a été réalisée pour passer à la dernière étape de ce travail: les recommandations.

Les méthodes employées pour la rédaction des recommandations ont été les suivantes; premièrement, le suivi des conseils d'APEC qui a réalisé en 2010 un manuel des bonnes pratiques des projets de CBT ont été prises en compte. Ce document donne des conseils et des points cruciaux pour développer et faire perpétuer un modèle CBT dans un projet communautaire. Il aborde plusieurs thèmes dont les premiers points à travailler lors du commencement d'un projet, la structure et la gestion d'un projet, les fonds, le développement des compétences, le marketing et des conseils pour les relations avec les parties prenantes. Ce guide est donc autant intéressant pour un projet en phase de lancement que pour un projet déjà mis en place.

Deuxièmement, un entretien non directif écrit a été effectué avec Gavin Bate, créateur et directeur d'*Adventure Alternative*, entreprise sociale et responsable de tourisme. Cet échange s'est fait par e-mail. Il a eu pour but de requérir son opinion sur les différentes recommandations déjà établies des faiblesses des offres et leurs solutions possibles. Cet échange a permis de revoir mes recommandations afin qu'elles soient plus réalisables. Toutefois, à la suite de cet échange, un cinquième challenge est apparu suite aux relectures du travail. Par conséquent, Gavin Bate n'a pas pu donner son opinion sur le dernier challenge.

4. Analyse

4.1 Puerto Viejo de Talamanca

Puerto Viejo est un petit village de pêcheurs situé au sud-est du Costa Rica, à la frontière du Panama. Ce village était également appelé Old Harbour jusqu'à ce que l'espagnol soit imposé comme langue officielle par le gouvernement. De ce fait, Puerto Viejo propose une culture très diversifiée entre les Afro-Caribéens, les *ticos* ou costaricain, les indigènes de Talamanca et les immigrés d'autres pays. En plus de l'espagnol, la plupart des habitants parlent parfaitement l'anglais.

L'économie de Puerto Viejo a longtemps été basée sur la culture du cacao puis, sur le tourisme dès l'arrivée de l'électricité et l'amélioration des routes dans la fin des années 1980 (Bautista, 2006). Puerto Viejo est dorénavant un village bien développé qui propose un large choix d'activités touristiques. Son rapprochement avec la mer des Caraïbes et les forêts tropicales permet aux touristes de découvrir tant les loisirs nautiques que terrestres. Puerto Viejo est donc connu pour ses spots de surfs, son ambiance *reggae*, sa proximité avec la nature et sa culture très vaste.

4.2 ATEC

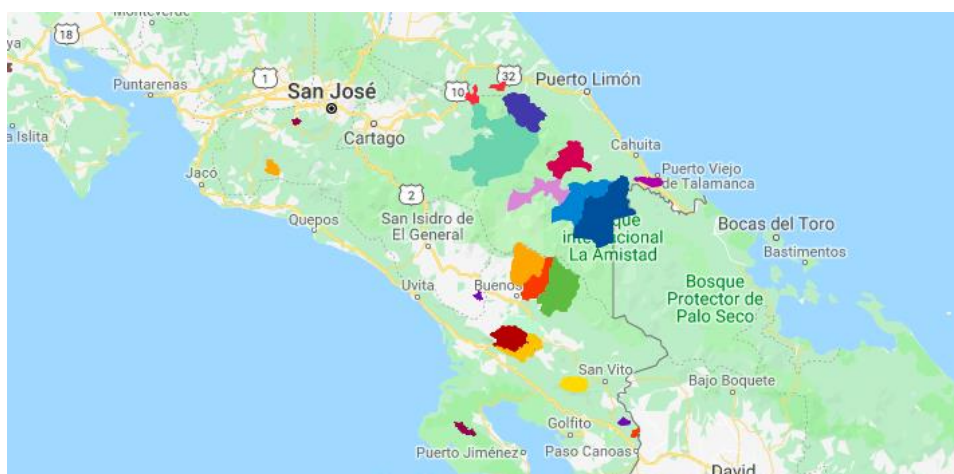
Asociación Talamancaña Ecoturismo y Conservacion est une ONG de la région de Talamanca au Costa Rica fondée en 1990 par plusieurs habitants de Puerto Viejo (Bautista, 2006). ATEC est composée d'un comité de cinq personnes, responsables de toutes les questions radicales concernant l'association, ainsi que de deux employées qui gèrent le bureau accueillant les touristes. Le directeur fait le lien entre les deux parties (Yeral, CP, 4 février 2019). Cette association offre non seulement des éco-tours pour ses visiteurs, mais elle soutient des projets ou en crée pour la conservation de Talamanca. Pour ces projets, ATEC compte sur des volontaires qui collaborent avec l'ONG pour une durée de trois à six mois. Ces volontaires viennent du monde entier avec des projets variés dans l'optique d'aider l'ONG à maintenir ses valeurs et ses apports envers les communautés. Les actions

d'A TEC sont bénéfiques pour les acteurs tels que les communautés indigènes, les communautés locales ainsi que pour la biodiversité de la région au travers des projets de conservation. ATEC est de ce fait appréciée par les touristes et les habitants de la région de Talamanca grâce à sa vision sociale. En effet, les prestations de cette association sont basées sur le modèle du *community-based tourism*, ce qui lui donne une réputation d'entreprise durable et responsable. Concernant son financement, l'ONG peut compter sur le soutien des entreprises de la région pour des projets spécifiques ou encore sur de plus grandes ONG nationales et internationales. Toutefois, selon le directeur, ces soutiens ne sont pas suffisants pour conduire tous les projets et les actions (Yeral, CP, 16 avril 2019). Située au centre de Puerto Viejo, ATEC bénéficie de son rapprochement avec les communautés indigènes de Keköldi et Alta Talamanca, ce qui lui permet de promouvoir les offres touristiques autochtones ou encore des deux parcs nationaux, Cahuita et Manzanillo, pour offrir des activités en lien avec la nature.

4.3 Les indigènes

Les membres des communautés indigènes sont appelés BriBri et Cabécares; ils vivent principalement au sud du Costa Rica, dans la région de Talamanca depuis plus de 3'000 ans.

Figure 1: Localisation des peuples autochtones



Source: Consulta Indígena Costa Rica (2019)

Ils sont issus des peuples autochtones qui habitaient déjà la région avant l'arrivée des Européens et des Africains (Meri, 2016, p. 32). Selon les derniers chiffres de *l'Instituto Nacional de Estadística y Censo* (INEC), la population indigène totale du Costa Rica vivant dans les territoires indigènes s'élevait à 35'493 personnes en 2011. Les deux grands peuples disposent de leur propre dialecte; le Cabécar et le BriBri, cependant, de nos jours, presque tous les membres parlent également l'espagnol parfaitement. Lors de création de projet basé sur le modèle du CBT, la place de la femme est souvent présentée comme un point important pour éviter toute inégalité. Cependant, dans la culture BriBri, la société est matriarcale. Les femmes détiennent les mêmes droits que les hommes et disposent même de certains privilèges. Le gouvernement veille à la prospérité de ces peuples en leur faisant bénéficier d'avantages tels que celui de ne pas être soumis à différents impôts.

La principale source de revenu de ces groupes est l'agriculture, notamment grâce à la culture de bananes. Néanmoins, depuis plusieurs années, les indigènes sont devenus acteurs du tourisme en acceptant d'accueillir des visiteurs pour leur faire découvrir leur mode de vie et leurs traditions. Ils proposent donc du tourisme rural communautaire.

Dans la région de Talamanca, *l'Association Stibrawpa*, située à Yorkín, au bord du fleuve délimitant la frontière entre le Costa Rica et le Panama, a été le premier projet touristique autochtone à se développer. Ce projet a permis à d'autres communautés d'ouvrir leurs portes aux visiteurs et de partager leur culture. La décision des indigènes de s'ouvrir au tourisme n'a pas été sans conséquences. Ces peuples vivaient grâce à la culture du cacao principalement jusqu'à l'arrivée du champignon dévastateur appelé monilia comme mentionné précédemment. Le tourisme a donc été une alternative au travail dans les plantations chimiques de bananes et a permis d'éviter la migration vers les villes (Bernarda, CP, 7 avril 2019). Sur environ 250 communautés indigènes se situant à Talamanca, seules 10 sont ouvertes au public (Keysuar, 23 avril 2019).

4.4 Les offres autochtones d’ATEC

ATEC collabore avec plusieurs indigènes de la région. Les communautés accueillant les touristes directement chez eux pour découvrir leur mode de vie se situent à Yorkín; *l’Association Stibrawpa* et *Aventuras Naturales Yorkín* ou encore à Dururpe, nouveau tour proposé aux touristes depuis 2017. Des visites spécifiques de la faune et de la flore ou la découverte de traditions telles que la fabrication du cacao peuvent être menées également par des indigènes. Les principales activités proposées aux touristes sont liées aux rituels (confection du chocolat), aux tâches journalières de la communauté (création de toits ou chasse) ou encore la découverte de la nature grâce aux randonnées dans la jungle, les baignades dans les rivières. Par ailleurs, les visiteurs ont l’opportunité de s’immerger dans la vie quotidienne autochtone en partageant des repas traditionnels ou en passant la nuit dans ces communautés tout en écoutant les récits des indigènes évoquant leurs légendes et croyances.

Figure 3: Démonstration du cacao



Source: photo prise par l’auteur

Figure 2: Découverte de la biodiversité à Keköldi



Source: photo prise par l’auteur

Les offres peuvent donc être proposées sur plusieurs jours dans certaines communautés qui ont la possibilité d’offrir un logement aux visiteurs. Afin de se rendre dans ces communautés, les touristes peuvent emprunter les transports publics ou leur propre moyen de transport et sont ensuite guidés par les indigènes, à pied, en bateau ou encore en bus, pour rejoindre les villages. Ces trajets peuvent prendre jusqu’à trois heures de route selon

les conditions météorologiques. C'est pourquoi, la plupart de ces tours débutent aux aurores.

Figure 5: Arrêt de bus de San Juan



Source: photo prise par l'auteur

Figure 4: Traversée du fleuve pour rejoindre Yorkín



Source: photo prise par l'auteur

Ces images témoignent de l'aventure que peut être le trajet pour rejoindre les indigènes; l'arrêt de bus de San Juan n'a pas d'indication mais permet de rejoindre la communauté de Dururpe et le voyage en barque sur le fleuve peut s'avérer plus long si le niveau de l'eau est trop bas, par manque de pluie. Sa durée varie ainsi entre 45 minutes et deux heures.

Concernant le prix des activités, il varie entre 30 et 120 dollars américains par personne, selon le nombre de jours et la nécessité d'avoir un guide parlant une autre langue que l'espagnol. Ces tarifs n'incluent pas le transport, dont le prix change s'il est privé ou public.

Ces offres sont destinées à un public ayant un revenu assez élevé, et surtout, étant intéressé par la culture et son authenticité. Les visiteurs qui réservent directement avec ATEC sont, pour la plupart, des touristes attachant de l'importance à l'éthique des organisateurs. Toutefois, les tours d'ATEC sont également vendus par d'autres agences internationales qui ne défendent pas forcément les mêmes valeurs que l'ONG.

4.5 Construction de la grille de critères

Afin d'établir une grille de critères plus fine, les thèmes mis en avant dans les différents documents cités auparavant (voir tableaux 1 et 2) ont été regroupés avec, pour chacun des critères, les thèmes à évaluer et donc à aborder avec les acteurs concernés. Pour donner à chaque dimension une importance comparable, le même nombre de critères par dimension a été choisi.

Tableau 4: Grille de critères affinée

Dimension durable	Critères	Thèmes à évaluer
Économique	Communication efficace et éthique	Communication entre les vendeurs et les communautés
	Répartition équitable du bénéfice	Pourcentage de bénéfice reçu Répartition au sein de la communauté
	<i>Empowerment</i> des communautés	Choix des activités Politique de prix
	Viabilité économique	Croissance des offres Croissance de la demande
Sociale et culturelle	Bien-être des communautés hôtes	Changements suite à l'apparition du tourisme Accès aux ressources Sentiment d'appartenance
	Bien-être des touristes	Satisfaction concernant les activités Professionalisme de la communauté
	Mise en valeur du patrimoine culturel	Activités choisies représentant la culture
	Accès à l'éducation	Formations concernant le tourisme
Environnementale	Préservation des ressources	Moyens de transports Type d'activités
	Mise en valeur du patrimoine naturel	Activités choisies représentant la nature
	Préservation de la vie terrestre	Conscience écologique de la communauté Conscience écologique des touristes
	Utilisation rationnelle des ressources	Capacité de charge

Source: Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

4.5 Analyse des entretiens

L'analyse suivante est séparée selon les trois dimensions du développement durable: premièrement la dimension économique, puis sociale et culturelle et enfin, environnementale. Finalement, un tableau présente l'évaluation des critères de manière individuelle.

4.5.1 Économique

La dimension économique est un des buts premiers des communautés indigènes. En effet, selon Miriam, le développement du tourisme au sein de sa communauté permettrait de proposer plus d'offres de travail pour les membres et d'améliorer leur économie sans devoir compter sur la culture de la banane qui ne leur rapporte pratiquement rien (communication personnelle, 24 avril 2019). Pour la communauté de Yorkín aussi, cette ressource économique auxiliaire a permis de ne plus être contraints d'aller travailler dans les cultures de bananes mais d'avoir le choix de revenir au sein de la communauté (Bernarda, CP, 7 avril 2019). Yeral soutient cette idée en affirmant que le tourisme permet de

générer l'économie de la communauté pour que les habitants ne sortent pas, ou que la quantité de personnes qui sort de la communauté pour travailler dans les cultures de bananes, en dehors de la zone ou des communautés ne se réduise pas. Parce que normalement, les habitants sont des agriculteurs qui travaillent pour la pêche ou pour d'autres activités de la communauté, qui ne génèrent pas autant de ressources financières que s'ils sortaient de la communauté ou grâce au tourisme [...] (ma traduction) (CP, 16 avril 2019)

Le tourisme apparaît ainsi comme la solution à ces problèmes et Yeral invoque le tourisme dans ce même interview comme une harmonie entre la préservation de la culture et l'obtention d'un revenu économique.

La communication est l'un des critères importants dans cette dimension et paraît vague et peu efficace selon les différents entretiens menés. Yeral explique que le manque de réseau dans les communautés rend la communication difficile pour les réservations d'excursions (CP, 16 avril 2019). Toutefois, Bernarda ainsi que Miriam relèvent le fait que l'ONG ne suit pas régulièrement les projets des communautés et ne montre pas assez de soutien envers elles. Miriam explique qu'à Dururpe, les membres souhaiteraient obtenir plus de suivi et d'aide pour promouvoir leur projet et augmenter le nombre de visiteurs; elle ajoute que «[...] cela démotive maintenant notre groupe» (ma traduction) (CP, 24 avril 2019).

Elle affirme également que le tourisme est quelque chose de nouveau pour leur communauté et qu'il apparaît comme quelque chose d'instable engendrant la démotivation des membres. Bernarda elle, explique qu'aucune visite récente d'ATEC n'a été faite, bien que cela ait été demandé (CP, 7 avril 2019). En conséquence, les difficultés que rencontrent ces communautés restent dans l'ombre par manque de communication entre ces deux acteurs. Miriam relève que ce problème peut être dû aux changements de personnel au sein de l'ONG, qui est dans l'obligation de toujours réapprendre le fonctionnement des offres et de faire connaissance avec les collaborateurs (CP, 24 avril 2019). Bernarda ajoute que la communauté a des problèmes quant aux paiements de l'ONG à l'association:

Nous avons donc un problème, mais ils ne le savent pas, je pense qu'à cause de cette mauvaise communication, ils ne savent pas que nous avons besoin de cet argent pour le distribuer aux gens qui sont ici. Et si les gens travaillent, c'est parce qu'ils ont un emploi ici. (ma traduction) (CP, 7 avril 2019)

L'ONG n'est donc pas au courant des problèmes au sein des communautés et ne répond pas aux demandes de réunions faites par les indigènes. En effet, le problème relatif aux paiements n'a jamais été mentionné par le responsable d'ATEC. Ce dernier explique que les moyens de paiement ont beaucoup changé ces derniers temps.

Maintenant, ce que nous traitons plus que tout, c'est le plus grand pourcentage de transferts, c'est-à-dire que presque tous les guides ouvrent un compte bancaire et à distance pour qu'ils ne viennent plus ici [à l'office] pour être payé, ce qu'ils font c'est qu'avec les comptes, on leur transfère l'argent et avec le contrôle des réservations, on sait combien de personnes on doit payer pendant l'activité qu'ils font (ma traduction) (Yeral, CP, 4 février 2019)

En effet, avant les chèques et les transferts d'argent par internet, l'association payait ses guides en liquide et ces derniers devaient se déplacer jusqu'à Puerto Viejo pour recevoir leur dû (Yeral, CP, 4 février 2019).

Concernant le bénéfice, Yeral explique qu'il est réparti entre les participants de la communauté impliquée après une déduction de 30% si la réservation est faite par une agence externe et de 25% du prix demandé par les indigènes si la réservation est réalisée directement auprès d'ATEC. Ce prélèvement a pour objectif de financer l'administration de l'ONG (CP, 16 avril 2019). Bernarda mentionne le chiffre de 20% de retenue sur leurs offres (CP, 7 avril 2019) alors que Keysuar rejoint le pourcentage mentionné par Yeral de 25% (CP, 23 avril 2019). Cette différence met en évidence un manque de communication et de transparence entre l'ONG et les communautés.

La rémunération n'est pas uniquement redistribuée aux acteurs des offres, mais sert également pour des projets communautaires. À Yorkín par exemple, la construction du collège a été entièrement financée par les revenus touristiques, selon les deux membres de cette communauté, Marlon et Bernarda (communications personnelles, 7 avril 2019). Toutefois, lorsque l'argent n'est pas réinvesti mais uniquement redistribué aux acteurs de l'excursion, Marlon le partage: «Oui, c'est [l'argent] pour la communauté. Par exemple, ce que je gagne, je le prends et c'est pour ma famille. Pour nous tous, pas seulement pour moi» (ma traduction) (CP, 7 avril 2019).

Du côté de Dururpe, ce revenu aurait pour but d'être investi dans des projets d'agrandissement de l'offre touristique en construisant un espace pour que les visiteurs puissent passer la nuit dans la communauté (Miriam, CP, 24 avril 2019). À Keköldi, Keysuar explique que pour sa famille, le tourisme n'est qu'un revenu accessoire, qu'ils ne sont pas dépendants de cette source économique. Il explique: «[...] c'est quelque chose [l'argent] que j'ai besoin pour vivre, je sais pas, la semaine. Et la semaine pour faire quoi ? Vacances» (CP, 23 avril 2019).

Pour Keysuar, le tourisme n'est donc pas perçu comme unique ressource financière mais plutôt comme moyen de profiter de cet appoint pour les loisirs. Marlon ajoute que pas toutes les personnes de la communauté travaillent directement pour le tourisme. Certains membres n'habitent pas au centre de la communauté et doivent marcher deux à trois heures pour rejoindre le centre où les touristes sont accueillis. Toutefois, ils participent indirectement au tourisme en travaillant dans la forêt pour fournir du bois ou en créant les souvenirs artisanaux qui sont vendus aux visiteurs (CP, 7 avril 2019). Par conséquent, presque tous les membres de la communauté de Yorkín sont concernés par le tourisme de manière directe ou indirecte.

Comme vu précédemment, *l'empowerment* des communautés est très important dans le modèle du CBT. Le choix des activités proposées ainsi que leurs prix sont fixés par les indigènes, que ce soit ceux de Dururpe ou ceux de Yorkín. Bernarda ajoute que les clients peuvent également choisir l'activité à laquelle ils souhaitent participer liée à la vie quotidienne des autochtones, contrairement à ATEC, qui n'a aucun pouvoir quant à ce choix (CP, 7 avril 2019). Des suggestions sont parfois proposées par ATEC aux indigènes, notamment concernant les prix, étant donné que l'ONG connaît le marché et la concurrence (Yeral, CP, 4 février 2019). À Yorkín, la communauté a décidé de laisser les lieux intacts bien qu'ATEC ait suggéré d'y installer des panneaux informatifs pour les visiteurs. Seul un panneau de bienvenue a été mis en place selon les souhaits de la communauté (Bernarda, CP, 7 avril 2019). À Dururpe, les autochtones ont demandé l'aide externe de consultants de la *Red del turismo* et de *RONAS* pour évaluer la valeur du tour proposé et lui fixer un prix:

Nous avons mis tous les coûts que nous avons et les consultants de la Red del turismo et de RONAS ont valorisé les activités. Ils n'ont pas mis les prix, c'est nous qui les avons fixés. Ils ont seulement proposé une adaptation. (ma traduction) (Miriam, CP, 24 avril 2019)

L'empowerment des communautés paraît donc très élevé, voire parfois peut-être excessif. En effet, la communauté de Dururpe est encore dans une phase de lancement et requiert de l'aide pour développer son projet. La responsable de Dururpe souligne le fait qu'ATEC n'est pas assez présent pour les soutenir dans leur projet et qu'ils travaillent exclusivement avec l'ONG par manque de connaissances informatiques (Miriam, CP, 24 avril 2019), contrairement à *l'Association Stibrawpa* qui gère également sa demande de façon autonome grâce à leur site internet.

Miriam ajoute que la communauté désirerait inclure la danse typique dans leur visite, ce qui les démarquerait de la concurrence, mais que cette offre reste trop coûteuse si bien qu'ATEC ne la propose pas systématiquement aux clients (CP, 24 avril 2019).

Enfin, la croissance du tourisme autochtone se fait également ressentir dans la région de Tamanca. Les voyageurs sont de plus en plus à la recherche de l'authenticité (Yeral, CP, 16 avril 2019). Pour *l'Association Stibrawpa*, la demande ne cesse de croître et ce, selon Bernarda, grâce à la promotion générée par les différents intermédiaires et la participation du comité de l'association à des foires touristiques (CP, 7 avril 2019). Du côté de Dururpe, la demande reste quasiment nulle, du fait que la communauté est en manque de ressources financières:

Nous ne recevons pas beaucoup de touristes. Seulement des volontaires, nous en avons eu un pour quelques tests qui ont duré presque 4 mois, je crois. Ensuite, la semaine passée, un couple est venu nous visiter et aujourd'hui vous êtes là. (ma traduction) (Miriam, CP, 24 avril 2019)

Tandis que Miriam pense que le seul moyen d'attirer des touristes se fait au travers d'ATEC, Bernarda et Marlon ajoutent que le bouche-à-oreilles des visiteurs est également l'une des principales sources de publicité (communications personnelles, 7 avril 2019). Suite à l'augmentation du nombre de visites à Yorkín, la communauté a pu développer de nouvelles activités, notamment en lien avec la Maison de la Culture accueillant les visiteurs pour s'immerger plus intensément dans la culture (Marlon, CP, 7 avril 2019). Marlon ajoute que *l'Association Stibrawpa* collabore dorénavant avec plus d'intermédiaires de vente qu'avant, ce qui accroît la demande: «Maintenant oui, il y a différentes agences qui envoient différentes personnes» (ma traduction) (CP, 7 avril 2019).

Yorkín bénéficie de sa réputation dorénavant internationale et accueille ainsi de nombreux touristes du monde entier au travers d'agences internationales. Marlon indique qu'ils accueillent près de 1'500 touristes chaque année à Yorkín (CP, 7 avril 2019).

Enfin concernant l'offre, Marlon explique que le changement permanent est nécessaire pour garder de l'attractivité pour les touristes. Bien que la manière dont ATEC collabore avec *l'Association Stibrawpa* est efficace selon Marlon, il explique que cela ne signifie pas que l'ONG apporte du changement. ATEC fonctionne toujours de la même manière sans présenter de nouveautés et Marlon pense qu'il faut en permanence proposer des changements (CP, 7 avril 2019).

4.5.2 Sociale et culturelle

Un des autres buts du tourisme autochtone de Talamanca concerne la préservation de la culture, notamment de la langue BriBri ainsi que le souhait que les membres d'une communauté ne soient pas obligés de migrer vers un autre endroit (Yeral, CP, 16 avril 2019). Ce sentiment d'appartenance à la communauté est bien marqué:

[...] j'ai grandi ici, je suis né ici, et j'ai vécu ici toute ma vie. [...] je suis heureux de ma vie dans ma communauté et de ne pas voyager, ou de voyager ailleurs mais de revenir dans ma communauté parce qu'ici j'ai tout. (ma traduction) (Marlon, CP, 7 avril 2019)

L'importance de faire partie d'une communauté et d'y rester fidèle est bien reflétée dans les paroles de Marlon. Miriam explique que le tourisme a un but qui doit profiter à tous: «Non seulement pour se concentrer sur notre famille, mais aussi autour de la communauté» (ma traduction) (Miriam, CP, 24 avril 2019).

Le tourisme a permis d'obtenir de nouvelles ressources dans plusieurs communautés indigènes, spécialement dans celle de Yorkín qui a pu construire un collège au sein du village grâce à ses revenus financiers, comme mentionné auparavant (Bernarda, CP, 7 avril 2019).

Grâce au tourisme, nous avons pu obtenir un collège aujourd'hui. Car sans cela, nous n'aurions pas obtenu un collège, peut-être que nous n'aurions même pas eu une école. Parce qu'il n'y a pas de moyens financiers suffisants pour obtenir cela. (ma traduction) (Marlon, CP, 7 avril 2019)

Selon Bernarda, plusieurs changements sont apparus grâce au tourisme. Avant son apparition, les membres de la communauté qui étaient obligés d'aller travailler dans les cultures de bananes, étaient confrontés à des problèmes de santé provoqués par l'emploi de produits chimiques sur les plantations. Bernarda raconte:

Les hommes sont morts dès l'âge de 50 ans du cancer, de la stérilisation, ils ne pouvaient pas avoir d'enfants et c'était un grave problème pour nous, nous aussi en tant que femmes avons commencé à avoir du diabète, du cholestérol ou des maladies que nous n'avions pas. (ma traduction) (CP, 7 avril 2019)

Le tourisme n'a pas uniquement apporté des biens matériels, mais il a également été une solution aux problèmes de santé au sein des communautés. Cependant dans le cas de Dururpe, Anita révèle que l'hygiène au sein de la communauté est déplorable. Elle suggère d'envoyer des personnes pour leur parler de ce thème car les enfants font leurs besoins

n'importe où sans se laver les mains et ont toujours les mains dans la bouche (CP, 10 avril 2019).

Le tourisme est aussi une source de motivation à conserver sa culture, grâce à sa mise en valeur dans les offres touristiques (Miriam, CP, 24 avril 2019). Les indigènes ne se rendent pas toujours compte de l'attraction touristique que leur environnement et leur culture détiennent. Yeral donne l'exemple de la culture du cacao et de sa transformation en chocolat qui est un rituel normal et habituel pour les indigènes, cependant pour un touriste, c'est une attraction nouvelle et attractive (CP, 16 avril 2019).

Keysuar ajoute que ce n'est pas uniquement la culture BriBri qui est mise en avant, mais que la découverte d'autres cultures est également un aspect bénéfique pour eux. Cette situation de *win-win* permet de faire découvrir le mode de vie des BriBris mais cela leur permet également de tisser des liens avec les touristes, comme l'explique Keysuar: «Ils [les touristes] viennent ici, ils sortent comme un ami...» (CP, 23 avril 2019).

Il ajoute dans ce même entretien que la plupart de ses vrais amis sont des anciens touristes qui vivent à l'étranger. On comprend ici l'impact que ces visiteurs ont sur les communautés et la nouvelle relation qu'ils entretiennent avec eux, aspect qui paraissent inimaginable au début du développement touristique dans la région, comme l'argumente la fondatrice de *Stibrawpa*:

Les gens n'étaient pas habitués à voir d'autres cultures, ils n'étaient pas habitués à parler à des gens, ils se cachaient toujours pour ne rien dire, craignant qu'ils soient peut-être mal intentionnés et qu'ils ne pourraient ni leur parler ni les accueillir au sein de la communauté. (ma traduction) (Bernarda, CP, 7 avril 2019)

Keysuar a également bénéficié de ces rencontres pour apprendre différentes langues telles que l'anglais, le français, l'allemand, le russe ou encore l'italien. Le tourisme apporte ainsi également des bénéfices intellectuels. Il explique que le tourisme leur apporte aussi

une ouverture sur le monde: «Les indigènes connaissent l'Europe, même si ils ont de toute façon pas été là-bas» (CP, 23 avril 2019).

Marlon ajoute que les indigènes apprennent des touristes en discutant avec eux quant à la perception de la vie et découvrent ainsi les différences entre les deux cultures (CP, 7 avril 2019). Concernant le sentiment d'appartenance, l'exemple le plus flagrant de cette étude a été le fait que Bernarda, de la communauté de Yorkín, a aidé sa sœur de la communauté de Dururpe à développer le tourisme initialement (Miriam, CP, 24 avril 2019). De plus, Bernarda affirme que «pour nous [notre communauté] il n'y a pas de compétition. La seule chose que nous faisons est faire de notre mieux» (ma traduction) (CP, 7 avril 2019).

Elle explique également dans cet interview que le tourisme a permis de rapprocher la communauté. Le tourisme a aussi permis de retrouver la culture, quelque peu effacée lors de la venue du champignon dévastateur des plantations de cacao et engendrant l'exil des membres des communautés. Bernarda rejoint donc l'avis de Miriam citée précédemment, sur le fait que le tourisme doit profiter à tous et qu'il ne se développe pas dans une vision solitaire. Yeral ajoute que l'ONG a, comme politique interne, de varier les guides. Étant donné qu'il en existe plusieurs locaux pour un seul lieu, l'ONG fait l'effort de contacter alternativement les guides afin que chacun puisse bénéficier d'un revenu provenant du tourisme (CP, 16 avril 2019). Cette rotation permet d'éviter le favoritisme et la concurrence entre eux. Toutefois, en expliquant comment les nouvelles offres sont gérées, Yeral ne montre pas beaucoup de soutien aux communautés qui souhaitent créer un nouveau projet:

Donc la gestion d'ATEC est un peu plus large dans ce domaine parce qu'une fois que la visite est montée, comme celle que nous avons faite la dernière fois que nous sommes allés à Loroco, on passe à la procédure qui est de la créer dans les catalogues et dans les systèmes, sur les pages web, ensuite les prix tarifaires sont déjà inclus, quand vous envoyez la liste, ils sont déjà demandés, ensuite on commence la partie marketing pour la gestion de tous les projets ou de toutes les activités touristiques et puis vient la file

d'attente, ou peuvent venir des clients directs à travers le site web d'ATEC ou à travers un tiers comme une agence de voyages ou même des hôtels d'ici, de la zone. (ma traduction) (Yeral, CP, 4 février 2019)

Cette explication du processus de création d'un nouveau projet touristique ne donne aucune information quant à la phase de discussion entre la communauté et l'ONG. Le sentiment d'appartenance ou de soutien par l'ONG reste donc pratiquement invisible.

Concernant les activités proposées aux touristes, elles reflètent la vie quotidienne des autochtones selon les deux touristes interviewées (Rease, CP, 7 avril 2019) (Anita, CP, 10 avril 2019). Selon Rease, les activités ont été authentiques et très différentes de celles qui sont proposées aux touristes dans la région de Puerto Viejo (CP, 7 avril 2019). Marlon explique que les activités proposées sont des tâches quotidiennes de la communauté et qu'elles servent toujours actuellement (CP, 7 avril 2019). Ces activités concernent principalement l'apprentissage de la culture (selon des rites et légendes racontées), la découverte des plantes médicinales, des promenades et baignades, des activités en lien avec l'artisanat (chocolat, construction de toit) ou encore des visites de plusieurs jours incluant la nuit dans les communautés. Toutefois, toutes les activités concernant les traditions ne peuvent être montrées au public du fait que certaines sont sacrées et réservées aux indigènes ou encore à cause de leur durée qui dépasse le temps proposé au sein d'une communauté (Yeral, CP, 16 avril 2019). Keysuar affirme qu'ATEC ne propose que des offres traditionnelles et qu'aucun aspect culturel n'est amplifié bien qu'il existe des tours modifiés pour les touristes également au Costa Rica (CP, 23 avril 2019). Miriam explique que sa communauté mise surtout sur des activités traditionnelles en incluant des indications quant à ces activités dans la langue BriBri (CP, 24 avril 2019). Yeral ajoute

Beaucoup de touristes sont allés dans d'autres parties du monde et ont fait des activités culturelles qu'ils considèrent totalement comme du théâtre. Ici au contraire, ils vont dans la communauté et interagissent avec la communauté pour voir comment c'est, c'est

quelque chose qui n'est pas mis en place mais, c'est pour expliquer ou participer à certaines activités avec eux, alors cela devient une référence. (ma traduction) (CP, 16 avril 2019)

Cette authenticité fait la marque et la réputation de cette communauté avec également l'avantage de leur ancienneté et leur parcours de presque trente ans. Cependant, quelques points à améliorer ont été mentionnés par les touristes, par exemple:

Nous ne savions pas comment nous allions y arriver [dans les communautés], nous avons nos gros sacs, ce qui n'était pas nécessaire, je n'avais pas besoin de tant de choses [...] il serait bien de donner des conseils; laisser la valise dans un hôtel ou ailleurs pour simplement transporter un sac à dos. Et aussi informer qu'il n'y a pas de lumière, qu'il n'y a pas d'électricité. Heureusement, pour charger [mes appareils électroniques], j'ai des chargeurs portables, mais sinon, non, je ne peux pas prendre des photos, je ne peux pas enregistrer de vidéos. Alors ce serait bien d'informer les visiteurs. (ma traduction) (Rease, CP, 7 avril 2019)

L'ONG n'informe pas assez les visiteurs quant aux tours et aux détails de ces derniers. Anita témoigne elle aussi que les activités réalisées avec sa fille au sein de Dururpe ont été difficiles:

[...] nous avons travaillé avec le sol chaud en transpirant comme des fous parce que là, il y a de la vapeur, non seulement de la chaleur du soleil, mais de l'humidité, une vapeur qui vous tue vraiment. Un européen peut rencontrer réellement des problèmes. (ma traduction) (CP, 10 avril 2019)

En parlant de ces activités lors de son volontariat, Anita n'était pas prête à cela et a décidé de partir plus tôt que prévu de Dururpe avec sa fille car ce type de travail ne leur convenait pas (Anita, CP, 10 avril 2019).

Keysuar (CP, 23 avril 2019) et Anita (CP, 10 avril 2019) suggèrent qu'il est primordial que les membres de l'ONG, employés et membres du comité, participent à chaque tour au moins une fois afin qu'ils puissent conseiller les clients de manière optimale. Anita ajoute qu'il est impossible de vendre des packages touristiques sans connaître le lieu, les moyens de s'y rendre et les gens qui y travaillent.

Lors du lancement de l'ONG il y a une trentaine d'années, ATEC offrait des cours de langues et de management pour les indigènes afin de guider au mieux les tours proposés (Keysuar, CP, 23 avril 2019). Par ailleurs, un certificat de guide décerné par l'ICT existe depuis une dizaine d'années. Il est exigé par ATEC lorsque le tour est vendu par une agence de voyages et non pas directement par l'ONG (Yeral, CP, 16 avril 2019). En effet, dans le cas où le tour est vendu directement par ATEC, les visites dans les communautés peuvent être faites par un membre de la communauté même si ce dernier n'a pas la licence de l'ICT. Cependant, malgré le fait que les connaissances et le mode d'accueil se transmettent de génération en génération, Marlon ajoute que dans le cas où un accident devait se produire, la licence de guide pourrait être demandée et c'est donc pour des raisons de sécurité que ce certificat est nécessaire (Marlon, CP, 7 avril 2019). De plus, ayant vécu avec la communauté d'Alakolpa au Panama, il a pu constater que la bonne gestion pour un projet touristique est irremplaçable:

Ce qui manque, c'est la main-d'œuvre de tous les gens. Tout ce qu'il faut est une bonne coordination. Parce qu'à l'époque, il n'y avait pas de bonne coordination. Parfois, une personne ne venait pas, une autre oui. Au travail tout allait bien, mais ensuite ils [les membres de la communauté] sont partis les uns après les autres et une seule personne

est restée et puis, plus personne n'y vit maintenant. Du coup, ce qui était nécessaire, c'était de l'organisation, un bon organisme [...] (ma traduction) (CP, 7 avril 2019)

Ce manque de coordination a mené la communauté d'Alakolpa à l'échec. L'entraide entre les membres est primordiale tout comme l'organisation au sein de la communauté.

Au sein de la communauté de Dururpe, seule Miriam détient le titre de guide certifiée par l'ICT (Miriam, CP, 24 avril 2019). Anita et sa fille se sont senties très bien accueillies au sein de cette communauté, même si Miriam n'a pas été présente durant tout le séjour (Anita, CP, 10 avril 2019). Toutefois, les études touristiques permettent d'apprendre à accueillir les clients, de gérer une association et d'obtenir des notions quant à la comptabilité (Marlon, CP, 7 avril 2019). L'école proposant des cours touristiques pour les indigènes de la région de Talamanca se trouve dans le village indigène d'Amubri et s'appelle le *Tecnológico de Costa Rica* (TEC). Les études touristiques durent une année et les cours se passent le samedi en dehors de la communauté, parallèlement aux cours obligatoires qui sont donnés à tous les étudiants au collège de Yorkín. Marlon ajoute que, grâce au tourisme, l'*Association Stibrawpa* lui donne droit à une bourse pour financer ses études spécialisées. Cela permet aux étudiants d'aller étudier en dehors de la communauté et d'y revenir par la suite (CP, 7 avril 2019). Keysuar explique que lui aussi a suivi les cours pour obtenir le certificat de guide: «Moi je fais tout ça parce que j'aime bien et c'est plutôt [...] pour être légal. C'est plutôt parce que le gou, gouvernement il me dérange pas» (CP, 23 avril 2019).

Marlon rejoint l'avis de Keysuar en expliquant que le savoir d'un guide se transmet de père en fils et que de ce fait, le titre de guide n'est pas forcément obligatoire au sein de sa communauté. Toutefois, s'il y a des contrôles, dans le cas où un accident se produisait, le guide devrait montrer son certificat et il pourrait rencontrer des problèmes s'il ne le détient pas (CP, 7 avril 2019). Yeral avait mentionné le fait qu'ATEC travaille avec différents guides qui n'ont pas obligatoirement tous le certificat de l'ICT. Toutefois, lorsqu'une agence réserve par le biais d'ATEC, il est primordial de réserver l'excursion avec un guide certifié. Un guide non certifié peut réaliser un tour uniquement dans le cas où le client réserve directement

avec l'association. Yeral ajoute que les personnes deviennent guides «[...] surtout grâce aux connaissances qu'ils obtiennent en grandissant dans la communauté» (ma traduction) (CP, 16 avril 2019).

Il justifie le fait qu'ATEC ne travaille pas exclusivement avec des guides certifiés du fait que l'association existait déjà bien avant l'apparition de l'ICT. Les cours proposés par l'ICT seraient de la pure bureaucratie et certaines traditions BriBris n'ont pas besoin de certificat pour être présentées (CP, 16 avril 2019).

Concernant les aspects négatifs que pourraient apporter le tourisme, Bernarda affirme qu'aucun élément n'est à mentionner;

En ce moment, nous n'avons eu aucun changement négatif, mais au contraire cela a plutôt été renforcé avec le visiteur, parce que nous travaillons avec des gens qui aiment la culture, la nature, donc qui ont de l'intérêt à venir ici. (ma traduction) (CP, 7 avril 2019)

L'objectif social de base a été atteint grâce aux visiteurs qui motivent les membres de la communauté à maintenir leur environnement et leur culture en leur montrant l'importance et le potentiel qu'ils possèdent. En effet, comme le mentionnent Keysuar (CP, 23 avril 2019) et Miriam (CP, 24 avril 2019), c'est grâce l'intérêt des voyageurs pour la région et les traditions autochtones que ces derniers se rendent compte de leur importance et qu'ils comprennent qu'il faut les conserver:

Je pense que les gens sont plus motivés à valoriser leur culture pour prendre soin de la forêt, parce qu'ils [les touristes] viennent pour voir la forêt, pour voir les animaux. De ce fait, les gens sont plus motivés à s'occuper de tout ceci. (ma traduction) (Miriam, CP, 24 avril 2019)

L'aspect culturel est donc touché par cette motivation de préservation, mais également la dimension environnementale concernant la biodiversité.

4.5.3 Environnementale

«En réalité, ceux qui ont le plus de connaissances sur la conservation de la nature, sont eux-mêmes [les indigènes]» (Yeral, CP, 16 avril 2019).

Le responsable d'ATEC affirme que les indigènes sont plus informés quant au respect de l'environnement mais que l'impact zéro n'existe pas. En effet, la protection de la nature est un des principes fondamentaux de la culture BriBri (Bernarda, CP, 7 avril 2019). Toutefois, dans la communauté de Yorkín, des efforts supplémentaires sont faits, comme par exemple organiser des conférences pour faire de la prévention dans les communautés ou encore créer des équipes pour ramasser les déchets présents dans leur environnement (Marlon, CP, 7 avril 2019). Miriam explique que dans sa propre communauté, il est plus difficile de respecter les traditions et protéger la nature car le manque de revenus financiers influence certains membres qui, pour se faire de l'argent, coupent des arbres par exemple pour en vendre le bois (CP, 24 avril 2019). Le tourisme est donc une solution indirecte aux problèmes environnementaux dans ce cas-là. Lors des diverses visites, les lieux ont toujours été très propres et sans déchets dans les environs, toutefois, Anita témoigne:

Franchement, ils disent qu'ils prennent soin de l'environnement, mais autour et au-dessous de leur maison, c'est une déchetterie ! [...] je ne voulais pas les laisser là-bas [ses déchets], parce qu'ils s'en débarrassent en les jetant en dehors de leur maison, ou ils les brûlent. (ma traduction) (CP, 10 avril 2019)

Il est donc difficile de connaître la vérité et de pouvoir juger si les membres sont tous respectueux de l'environnement. Miriam insiste sur le fait que le tourisme motiverait les membres de sa communauté à protéger l'environnement car ils se rendraient compte de sa valeur (CP, 24 avril 2019). Keysuar explique que c'est leur respect pour la nature qui leur a permis de développer le tourisme. En effet, il y a plus de trente ans, les iguanes étaient en voie de disparition et les parents de Keysuar ont décidé de créer un ferme pour les sauver.

À partir de ce moment, des touristes se sont arrêtés pour voir le travail fait sur place et le tourisme a donc commencé ainsi (CP, 23 avril 2019).

Concernant les moyens de transports, les deux touristes interviewées se sont déplacées avec des véhicules privés, toutefois, ATEC leur avait également présenté l'option du transport public. Bien que le transport public prenne plus de temps et ne soit pas toujours ponctuel, Anita relève également qu'il est difficile de se rendre au lieu de rendez-vous avec son propre véhicule car l'état de la route est très mauvais et elle explique son périple:

[J'y suis allée] avec la voiture louée jusqu'où cela est possible. Parce qu'il y a un fleuve à traverser. Là-bas nous avons laissé la voiture devant la maison d'une dame, nous avons traversé le fleuve avec un canoë. Nous avons poursuivi sur le pont d'un camion. C'était toute une aventure! (ma traduction) (CP, 10 avril 2019)

Ce témoignage laisse entendre que le trajet peut se révéler quelque peu difficile et qu'il n'est pas approprié pour tout type de personne. Dans ce même interview, Anita déplore que le transport depuis Puerto Viejo ne soit pas inclus dans le prix du tour, surtout au vu du prix demandé aux touristes qu'elle trouve plutôt élevé. Miriam explique que cette distance entre la communauté et Puerto Viejo freine la demande car beaucoup de touristes pensent que le lieu est lointain bien qu'en réalité, il n'est pas difficile de rejoindre Dururpe (CP, 24 avril 2019). Toutefois, Marlon explique que son ancienne communauté a dû cesser toute activité touristique à cause des moyens de transport trop compliqués: «Ce qu'il s'est passé, c'est que le tourisme n'a pas pris, c'était très difficile de se rendre de l'autre côté du Panama» (ma traduction) (Marlon, CP 7 avril 2019).

Bien que la distance ne soit pas l'unique raison de l'échec touristique de la communauté d'Alakolpa, elle a sans doute été un frein pour une communauté. Yeral le confirme également en mentionnant que l'accès aux communautés et les horaires de bus freinent la demande des touristes (CP, 16 avril 2019).

Quant au respect de l'environnement, Marlon explique que les touristes sont également très respectueux sur les territoires indigènes et trient leurs déchets selon les installations mises à disposition (CP, 7 avril 2019). Anita argumente: «Ma poubelle était dans la voiture et j'ai ramené la plupart de mes ordures en partant» (ma traduction) (CP, 10 avril 2019).

ATEC fait de la prévention auprès des touristes et a dirigé, auparavant, des projets de recyclage et de conservation avec l'aide d'étudiants des États-Unis (Yeral, CP, 16 avril 2019). Cependant, rien n'a été fait pour le lancement du projet touristique de Dururpe et Anita affirme qu'il y a un manque d'organisation et de connaissance dans le traitement des déchets et l'hygiène sur place (CP, 10 avril 2019).

Finalement, l'utilisation rationnelle des ressources reste très complexe à analyser. Yeral explique qu'aucune étude n'a été faite concernant la capacité de charge des parcs nationaux de la région (Cahuita et Manzanillo) ou des territoires indigènes (CP, 16 avril 2019). Keysuar ajoute qu'il n'est pas nécessaire de limiter le nombre de participants car le guide est l'unique responsable de sa visite et doit pouvoir analyser lui seul le nombre de personnes adéquat pour une visite (CP, 23 avril 2019). Toutefois, Yeral explique que, malgré l'absence de régulation à l'intérieur des associations, ils séparent les grands groupes en plus petits pour ne pas perturber la nature et pour que tous les participants bénéficient des informations. ATEC n'envoie que peu de groupes dans les communautés, ces offres intéressent surtout les couples ou les individuels, jusqu'à six personnes au maximum. Par ailleurs, c'est au sein des communautés que la répartition par guide est faite. Ce sont donc les guides qui décident directement du nombre limite de participants et de leur répartition (CP, 16 avril 2019).

5. Synthèse

La synthèse est très diversifiée du fait que les deux communautés analysées ne sont pas du tout à la même phase de leur développement. Premièrement, les forces de l'ONG sont relevées brièvement et sont suivies par les faiblesses et points à améliorer. Le tableau initial des critères est présenté à la fin de cette partie avec l'évaluation respective de chaque critère.

5.1 Forces

Selon les interviews menées, le fait que l'ONG existe depuis bientôt plus de 30 ans est la principale force d'ATEC. Elle bénéficie ainsi de sa réputation et de ses clients fidèles. Comme expliqué par la suite, cet élément n'est pas uniquement perçu comme une force, mais peut être un frein au niveau interne de l'entreprise.

Une seconde force que détient ATEC concerne sa mission. En plus d'être une ONG, ATEC est une organisation sans but lucratif tout en ayant comme objectif de soutenir les différentes communautés de la région et de conserver sa biodiversité. Cette mission est reconnue par l'ICT grâce à un label et permet à ATEC de promouvoir du tourisme durable et d'acquérir des clients se souciant de l'environnement.

De plus, l'ONG collabore avec des volontaires, ce qui lui permet d'obtenir de la main d'œuvre gratuite avec des cultures différentes offrant des points de vue distincts. Ces bénévoles proposent des nouvelles dimensions selon leur domaine et peuvent soutenir des projets régionaux.

Concernant ces offres autochtones, les points positifs à relever concernent la répartition du bénéfice au sein des communautés, l'apport du tourisme pour les indigènes, la politique de prix élaborée par les locaux, leur professionnalisme, la représentation de la culture et de la nature au travers des activités proposées ainsi que la conscience écologique des touristes. Tous ces points ont été évalués de manière positive selon les interviews menées.

Enfin, ATEC est une référence dans la région et les communautés indigènes souhaitant développer un nouveau projet touristique auront tendance à la contacter en premier, d'autant plus qu'ATEC est l'unique ONG d'éco-tourisme et de conservation dans la région de Talamanca. Elle bénéficie donc des nouvelles opportunités d'offres et peut les commercialiser avant ses concurrents.

5.2 Faiblesses

Au niveau économique, le plus grand problème concerne la communication qui n'est pas à la hauteur des attentes des communautés et du modèle CBT. Au sein d'ATEC, le changement régulier de personnel en est une des causes. Le manque de transparence quant au pourcentage prélevé sur le prix des offres représente aussi une faiblesse pour la dimension économique. *L'empowerment* est un exemple qui diffère entre les deux communautés du fait que les indigènes de Dururpe sont encore dans une phase de lancement contrairement à ceux de Yorkín qui travaillent avec des touristes depuis les débuts d'ATEC. Par conséquent, les indigènes de Dururpe manquent d'encadrement et ne parviennent pas à développer le tourisme sans le soutien de l'ONG, d'autant plus que la communauté ne dispose d'aucune ressource financière. Les prix ont été abordés par la communauté de Dururpe qui ne peut se diversifier sans proposer sa danse traditionnelle qui reste très coûteuse et qui n'est donc que rarement offerte aux clients d'ATEC. Du côté de Yorkín, ils rencontrent un problème quant aux moyens de paiement et n'ont pas réussi à le transmettre à ATEC. Il réside donc un manque de communication entre les communautés et l'ONG pour trouver des solutions aux différentes difficultés. Ce problème entraîne un manque de croissance concernant l'offre et la demande du côté de Dururpe qui compte uniquement sur l'ONG pour faire de la promotion. Pour *l'Association Stibrawpa*, c'est l'absence de changement par ATEC qui freine l'offre. Toutefois, elle peut compter sur ses visiteurs en augmentation continue.

La dimension sociale et culturelle relève quelques obstacles relatifs à l'accès aux ressources et le sentiment d'appartenance. Ici aussi, ces problèmes concernent uniquement la communauté de Dururpe qui manque de ressources quant à l'hygiène, les installations de

recyclage et les compétences informatiques freinant leur autonomie. Ce sentiment d'appartenance est influencé par le manque de visiteurs car, faute de revenu, certains membres de la communauté enfreignent les règles de la conservation de la nature en coupant des arbres pour en revendre le bois. Par ailleurs, la relation entre la communauté et ATEC est peu entretenue. Il ne s'agit pas seulement d'un problème de communication, mais également d'un problème de gestion de nouvelles offres. ATEC ne dispose d'aucun processus social découlant du modèle CBT pour accueillir et soutenir un nouveau projet. De ce fait, les aborigènes souhaitant développer une nouvelle offre se sentent abandonnés et impuissants. Concernant les touristes, ces derniers se sont sentis généralement bien accueillis au sein des communautés. Toutefois, le manque d'informations concernant le déroulement de la journée ainsi que des dispositifs sur place diminue la qualité des excursions.

La dimension environnementale, bien qu'elle soit prônée comme l'aspect le plus important de la culture BriBri, rencontre elle aussi quelques points négatifs. Le manque de moyens de transport et d'informations relatives rend la visite plus compliquée et incite les touristes à utiliser leur propre véhicule. Dans la communauté de Dururpe, l'absence d'installation pour les déchets renvoie à un lieu moins agréable et surtout en désaccord avec leurs valeurs selon une des touristes interviewées. Enfin, la capacité de charge n'est pas évoquée pour les territoires indigènes et aucune règle n'est mise en place pour éviter une surexploitation des ressources. Les indigènes accueillent ainsi de nombreux touristes sans clairement définir avec l'ONG une règle établissant le nombre de participants maximum d'une part pour chaque activité et d'autre part pour chaque guide.

Pour résumer, le tableau ci-dessous reprend les critères initiaux avec l'évaluation pour chacun d'eux. Les critères sont évalués avec les signes suivants;

- ++ = très bien
- + = bien
- = moyennement bien
- = mauvais

Tableau 5: Évaluation des critères

Dimension durable	Critères	Thèmes à évaluer	+/-
Economique	Communication efficace et éthique	Communication entre les vendeurs et les communautés	--
	Répartition équitable du bénéfice	Pourcentage de bénéfice reçu Répartition au sein de la communauté	+ ++
	<i>Empowerment</i> des communautés	Choix des activités Politique de prix	+ ++
	Viabilité économique	Croissance des offres Croissance de la demande	+ +
Sociale et culturelle	Bien-être des communautés hôtes	Changements suite à l'apparition du tourisme Accès aux ressources Sentiment d'appartenance	++ + -
	Bien-être des touristes	Satisfaction concernant les activités Professionnalisme de la communauté	+ ++
	Mise en valeur du patrimoine culturel	Activités choisies représentant la culture	++
	Accès à l'éducation	Formations concernant le tourisme	+
Environnementale	Préservation des ressources	Moyens de transports Type d'activités	- ++
	Mise en valeur du patrimoine naturel	Activités choisies représentant la nature	++
	Préservation de la vie terrestre	Conscience écologique de la communauté Conscience écologique des touristes	+ ++
	Utilisation rationnelle des ressources	Capacité de charge	--

Source: Tableau de l'auteur provenant de sources multiples

6. Recommandations pour ATEC

Cette partie reprend les faiblesses des offres d'ATEC récoltées grâce aux différents entretiens et à l'analyse des réponses faite précédemment. Pour chacun des cinq points relevés, plusieurs recommandations sont présentées et proposées par l'auteur avec l'aide de l'expert Gavin Bate. Enfin, le manuel de *l'Asia-Pacific Economic Cooperation* (APEC), réalisé par un groupe de travail constitué d'experts, donne des points clés quant à la réussite d'un projet de CBT qui ont été utilisés pour la rédaction des recommandations.

6.1 Challenge I

«La communication entre l'ONG et les indigènes n'est pas assez claire et suivie »

Ce challenge engendre différents enjeux. Premièrement, les éventuels problèmes au sein de la communauté ne peuvent être transmis à l'ONG. De ce fait, les membres des communautés se sentent délaissés et perdent le sentiment d'appartenance de base, lors du lancement du projet de CBT. Par ailleurs, lors de la vente d'excursions aux clients, certaines informations semblent manquer ou avoir été modifiées sans que l'ONG ne soit au courant. Par conséquent, les visiteurs n'obtiennent pas toujours les bonnes informations ce qui peut engendrer des impacts négatifs sur leur expérience et sur la demande future. Un autre enjeu important concerne les prix et le pourcentage retenu par ATEC, qui ne sont pas clairs entre les acteurs de ces offres. Ce manque de transparence peut engendrer une perte de confiance entre l'ONG et les communautés. Enfin, cette absence de communication tend à empêcher les communautés à réaliser des nouveautés pour les touristes. Les offres n'évoluent donc pas et, par conséquent, la demande est touchée de manière négative.

6.1.1 Recommandations du challenge I

Le manque de communication n'est pas seulement dû au manque d'organisation, mais également au manque de confiance entre la communauté et l'ONG comme l'explique Gavin

Bate: «Communication is fundamentally about trust. The issue is in building trust between the NGO and the community, everything else will come from this» (CP, 31 mai 2019).

Il faut qu'A TEC prenne le temps d'établir une confiance avec les communautés. Premièrement, étant donné que *l'Association Stibrawpa* est dans une phase plus avancée que celle de Dururpe, il serait intéressant de travailler avec ces deux communautés en même temps. D'autre part, Miriam, responsable de Dururpe, est la sœur de Bernarda, la fondatrice de *Stibrawpa*. Il s'agirait de mettre à profit cette proximité pour faciliter la confiance entre les communautés et l'ONG. APEC recommande cette méthode appelée *look and learn* en expliquant que ce réseau de soutien augmente la confiance et la motivation du personnel. C'est également une opportunité de développer un marketing collaboratif ou d'obtenir d'autres avantages tels que l'établissement de normes ou la mise en valeur de la région (2010, p. 58). Des ateliers pourraient être organisés par ATEC, conviant les deux communautés dans le but d'échanger leur savoir-faire et ainsi, de partager leurs ressentis. La présence d'une communauté collaborant avec ATEC depuis le début permettrait à Dururpe de se sentir plus confortable et, par-dessus tout, la confiance se ferait de manière plus rapide. L'ONG a énormément à apprendre des communautés. C'est pourquoi, la présence du comité directeur de l'ONG ainsi que des employés durant ces ateliers est primordiale. Ces échanges permettront d'améliorer les offres ainsi que d'échanger et de comprendre les difficultés que peuvent rencontrer les aborigènes dans leurs territoires respectifs. Il serait également intéressant de demander à *l'Association Stibrawpa* de raconter le parcours qui lui a permis d'en arriver à son stade de croissance. Au travers de ces explications, ATEC pourrait prendre note d'une part des aspects positifs qui sont à reproduire, et d'autre part des difficultés que les indigènes ont pu rencontrer et la façon de les surmonter.

Deuxièmement, l'introduction d'un membre BriBri au sein du comité directeur de l'ONG apporterait des bénéfices pour les deux parties. La communication serait plus rapide et les communautés se sentiraient davantage incluses dans les décisions de l'ONG. Gavin Bate insiste sur le fait que les participants doivent avoir le sentiment de faire partie de l'univers de l'autre (CP, 31 mai 2019). En incluant un membre BriBri dans la direction de l'ONG, cela

serait bénéfique tant pour les communautés que pour ATEC qui obtiendrait une nouvelle vision de son organisation. Une personne telle que Bernarda, qui a fait partie de la création de *l'Association Stibrawpa* pourrait être d'une grande aide pour l'ONG par son expérience et sa connaissance de l'ONG dès ses débuts. En voyant le résultat réussi de cette communauté, il serait intéressant de se pencher sur son fonctionnement et de prendre en compte les conseils des personnes ayant participé à cette réussite afin de les reproduire pour les nouveaux projets communautaires. En outre, la participation d'un indigène au comité directeur augmenterait la transparence entre les deux parties.

Enfin, comme le souhaitait Marlon, l'ONG doit également faire face aux changements ou aider à en apporter pour rendre les offres autochtones toujours attrayantes.

Change is an inevitable—and often desirable—part of any CBT venture, as it passes through many stages of growth and development. Managing for change involves not only managing visitors' changing expectations, but also managing the community's changing expectations of what the CBT venture means to them and how it is impacting daily life (APEC, 2010, p. 30)

C'est pourquoi, l'élection d'une personne responsable des offres autochtones est primordiale pour assurer un suivi des communautés et être au courant des changements. Cette personne doit être en contact avec le comité directeur, mais également avec les employés qui vendent les excursions directement aux clients pour assurer une vente des excursions de manière optimale. De plus, il serait en charge de l'organisation des rencontres régulières au sein des communautés. Ce responsable pourrait également conseiller les volontaires pour des projets de développement au sein des communautés indigènes, ce qui apporterait des changements permanents tout en maintenant une personne de contact fixe.

6.2 Challenge II

«L'accès aux ressources est limité dans certaines communautés»

Comme l'explique Miriam de Dururpe, sa communauté ne peut compter que sur le soutien d'ATEC en ce qui concerne le marketing. En effet, ces derniers ne disposent d'aucune ressource pour créer un site internet ou encore pour promouvoir leur produit. De ce fait, la communauté manque d'initiative et de pouvoir pour rendre ces offres plus attractives. Cet enjeu engendre non seulement un frein sur *l'empowerment* de la communauté, mais également sur la demande, puisqu'un seul acteur vend ces offres. Dururpe est également affecté par le manque de gestion quant à l'élimination des déchets et d'informations concernant l'hygiène. Ce point peut également ralentir la demande si le lieu visité n'est pas organisé et propre pour accueillir les clients.

6.2.1 Recommandations du challenge II

Les ateliers entre les communautés et l'ONG mentionnés précédemment sont ici aussi une des solutions. *L'Association Stibrawpa* gère l'élimination des déchets dans sa communauté. Ses membres pourraient donc donner des conseils à Dururpe. La personne responsable des offres autochtones au sein d'ATEC pourrait gérer ce genre de projet en collaboration avec les différents bénévoles proposant leur aide à l'ONG.

Concernant les bénévoles, ils pourraient aussi être acteurs des cours proposés aux communautés pour l'informatique ou l'apprentissage des langues. Cette option permettrait d'offrir ces cours gratuitement comme ATEC le faisait à ses débuts. D'autre part, les indigènes pourraient eux aussi partager leurs connaissances linguistiques et donner des cours de BriBri aux bénévoles et aux personnes intéressées. Cet échange suivrait les conseils de Gavin Bate, qui affirme que les membres des communautés veulent également avoir un rôle à jouer.

Enfin, Yeral explique que

[...] les actions concrètes étaient dans les projets de groupes, d'étudiants qui venaient normalement des États-Unis, et que dans leur itinéraire, une action sociale ou un projet de recyclage ou de conservation ou au profit de la communauté leur était proposé.

(ma traduction) (CP, 13 avril 2019)

Il serait intéressant de collaborer à nouveau avec ces différents étudiants ou projets universitaires pour venir en aide aux communautés concernant la gestion des déchets ou les problèmes liés à l'hygiène. En échange, ces étudiants pourraient découvrir le mode de vie des BriBris.

6.3 Challenge III

«Le réseau de transports publics est limité et peu clair»

Ce troisième challenge concerne un élément clé des offres que propose ATEC. Selon les observations de l'auteur, ce problème aura été l'élément le plus souvent relevé par les visiteurs durant les quatre mois passés au sein de l'entreprise. Il est souvent difficile pour les étrangers de s'adapter à une nouvelle culture et surtout aux habitudes des locaux. Les transports publics en sont un bon exemple. Cependant, ce n'est pas au système de transports publics costaricains de s'adapter, mais bien aux touristes. Cette situation engendre l'utilisation de transports privés par les visiteurs et touche donc négativement l'environnement. Pour les personnes n'ayant pas de moyen de transport privé, le voyage peut paraître complexe et cher, s'ils souhaitent éviter les transports publics. Anita, qui s'était rendue à Dururpe avec sa voiture privée, décrit le voyage comme une aventure et ajoute que tous les touristes ne sont pas habitués à conduire sur des routes comme celles-ci.

6.3.1 Recommandations du challenge III

Les transports publics dans les villages indigènes sont peu clairs et souvent mal indiqués. Il est inimaginable de collaborer directement avec les compagnies de bus car elles ne constituent pas un réseau unique et aucun abonnement n'est proposé. Toutefois, la création d'une carte explicite concernant la localisation des villages ainsi que des horaires fixes doit être envisagée pour être distribuée aux touristes. Ces informations permettront aux visiteurs d'employer les réseaux de bus en évitant d'emprunter leur véhicule privé.

De plus, les offres autochtones d'ATEC sont les seules dans la région à ne pas proposer de transport inclus dans les tours ce qui défavorise l'ONG face à sa concurrence. Les touristes doivent par conséquent payer un supplément s'ils souhaitent se rendre dans les communautés en transports organisés par ATEC. Il serait donc intéressant voire indispensable, selon Gavin Bate, d'inclure le transport dans les offres, comme en Europe: «Packages should all include the cost of transport, it's a requirement under the European travel directive» (CP, 31 mai 2019).

Étant donné que les transports publics restent une option peu stable, il serait préférable de proposer directement aux clients deux options; premièrement l'option qui implique le transport privé organisé par ATEC et inclus dans le prix total, ou, deuxièmement, une option sans le transport, tout en informant les clients sur les options pour se rendre aux communautés par transports publics ou privés (horaires et carte).

6.4 Challenge IV

«Aucune étude ou règle ne définit la capacité de charge des offres»

Ce challenge engendre l'utilisation irrationnelle des ressources. Par conséquent, les visites deviennent combles et perdent de leur intérêt pour les visiteurs notamment à cause de la mauvaise compréhension des indications et de la diminution des occasions de voir un animal. En effet, plus de monde génère plus de bruit, ce qui engendre la fuite des animaux. Enfin, l'impact d'une surexploitation peut être très néfaste pour l'environnement et pour la

communauté hôte. Selon APEC, «when people think they can invite tourists then sit back and 'the money will roll in' and there is a lack of future planning (to the detriment of the community and neutral landscape)» (2010, p. 4) cela engendre un obstacle pour le développement du CBT.

6.4.1 Recommandations du challenge IV

Selon Gavin Bate «a contract between an NGO and a community will mean very little when the local people start seeing money coming in, they will just want more» (CP, 31 mai 2019).

C'est pourquoi, il est difficile de créer un contrat fixe avec les communautés quant au nombre de participants par excursion. Bien entendu, si les touristes souhaitent être logés, c'est le nombre de lits disponibles qui fixera la limite. Selon APEC, fixer une limite de participants «makes it easier for a small group of visitors to be shown CBT hospitality and ensures that the visitor demand does not outstrip community supply» (2010, p. 47). L'établissement d'une limite n'impacte pas uniquement l'environnement, mais également le bien-être du client et de la communauté hôte. D'un point de vue commercial, si une offre est limitée à un certain nombre de personnes, lorsqu'elle sera complète, elle va susciter plus d'intérêt de la part des clients.

Par conséquent, ces limites sont à définir avec les aborigènes qui sont les seuls à connaître leur environnement, dans l'objectif de trouver un équilibre entre les trois acteurs; les touristes, les communautés et l'environnement. APEC propose le conseil suivant:

Identifying and selecting 'impact' indicators will help the community to determine when the acceptable environmental, social or economic limits of change have been breached. The carrying capacity of the environment or the community (i.e. the ability to absorb the impacts of tourism in the area) should be decided on in advance, and impact indicators to measure change should be built into each part of the project's operations. (2010, p. 36)

L'identification d'indicateurs permettrait de trouver des limites chiffrables et par conséquent, réutilisables pour d'autres projets. Toutefois, comme Gavin Bate l'évoque, les indigènes pourraient tendre à vouloir accueillir un maximum de visiteurs pour acquérir un maximum d'argent. Il reste donc primordial d'assurer un suivi de ces excursions afin d'observer si le nombre de participants n'engendre pas d'impact négatif sur les trois acteurs susmentionnés.

6.5 Challenge V

«Le processus pour la création de nouveaux projets reste très vague et montre peu de soutien aux communautés»

Le modèle du CBT correspond à une vision à long terme (APEC, 2010). De ce fait, il est important de créer une base stable avant de démarrer un nouveau projet. Bien que le directeur d'APEC prône l'ancienneté de l'association, elle est à double tranchant et peut également être perçue comme un obstacle. La première vision de l'ONG ainsi que son mode de fonctionnement semblent quelque peu oubliés. Bernarda de l'Association *Stibrawpa* a pu observer le développement d'APEC et y relate plusieurs changements néfastes principalement concernant le soutien apporté aux indigènes.

Ce manque de processus et de professionnalisme de l'ONG met en péril d'une part la croissance d'un nouveau projet, et d'autre part la survie de l'ONG. En effet, la mission première d'APEC est de soutenir les communautés locales et indigènes en leur apportant l'aide nécessaire pour développer des projets. La réputation d'APEC pourrait par conséquent se déclinier et l'ONG risquerait de perdre des clients, et des communautés qui tendraient à se rediriger vers d'autres organismes plus à l'écoute de leurs besoins.

6.5.1 Recommandations du challenge V

Pour ce challenge, le guide d'APEC est un élément adéquat et ses conseils méritent d'être pris en compte. Premièrement, APEC conseille de réunir toutes les parties prenantes du projet soit la communauté indigène et l'ONG pour discuter ouvertement dans une

atmosphère non menaçante et ouverte à tous les membres (femmes et hommes, jeunes et personnes âgées) (2010, p. 8). Cet échange a pour but de comprendre quels sont les objectifs, les attentes et les droits des deux parties. La présence d'acteurs de projets similaires déjà développés peut s'avérer intéressante pour apporter des conseils et donner une approche plus familière pour les indigènes.

Integral to the success, effectiveness and sustainability of CBT operations is the active support and involvement of all members of the hosting community at a level that they feel comfortable with. If CBT is imposed upon a community in 'top-down' fashion, without the community feeling like they have participated and directly influenced decision making, the CBT venture will be more likely to fail. (APEC, 2010, p. 18)

Ainsi, l'étape de discussion permet également d'aborder le niveau de participation de la communauté et l'ONG afin qu'il soit clairement défini dès le début et que chaque acteur comprenne son rôle. C'est aussi dans l'étape de construction que les ressources doivent être vérifiées. APEC (2010, p. 19) recommande de vérifier les points suivants:

- les infrastructures existantes;
- les méthodes de résolution de conflits;
- la sélection de personnes clés pour la direction de l'exploitation touristique;
- la commercialisation du produit touristique;
- la structure organisationnelle de l'association;
- les ressources financières;
- la gestion de la collaboration avec les parties prenantes;

Le contrôle de ces points est essentiel pour un projet CBT qui veut se construire sur le long terme. C'est également l'occasion de donner des responsabilités aux membres des communautés. Une alternative serait de profiter des volontaires d'ATEC pour contribuer à ce que tous les points susmentionnés soit respectés. Dans cette optique, les bénévoles pourraient intervenir sur le terrain pour aider les communautés à la construction

d'infrastructures par exemple. Une autre opportunité concernerait les étudiants indigènes du TEC. Leurs connaissances du tourisme et de l'environnement autochtone leur donnent un grand potentiel de participation à l'établissement de processus de création de projets. Cette collaboration avec le TEC offrirait également des emplois à ces derniers au sein de l'ONG par exemple, pour la résolution de problèmes liés aux offres indigènes. Gavin Bate recommande de donner des rôles importants aux aborigènes pour les motiver: «people like to do things which make them feel fulfilled and which make them feel they are contributing usefully to society» (CP, 31 mai 2019).

Bien entendu les conseils de communication du premier challenge sont également à exploiter pour les nouvelles communautés. Le soutien de *l'Association Stibrawpa* est encore plus important lors du processus de création. Leurs conseils permettront d'augmenter la confiance et la réussite des nouveaux projets.

Une fois que l'étape de création est terminée, le lancement du projet peut se faire. ATEC doit exploiter sa notoriété pour promouvoir les nouvelles offres communautaires qui s'ouvrent au public. C'est à ce stade que l'ONG doit montrer son soutien et trouver une balance entre la promotion des nouvelles offres communautaires et les plus anciennes qui comptent également sur ce soutien. Le même système de rotation concernant le choix des guides est à envisager pour les offres touristiques dans les communautés. Cette méthode placerait toutes les offres autochtones sur le même niveau d'égalité.

Ce tableau résume les challenges avec leurs enjeux et recommandations respectifs:

Tableau 6: Synthèse des recommandations

Challenge	Enjeux	Recommandations
La communication entre l'ONG et les indigènes n'est pas assez claire et suivie	<ul style="list-style-type: none"> - Les problèmes au sein de la communauté ne peuvent être transmis à l'ONG - Sentiments de ne pas être soutenu par l'ONG - Informations concernant les activités durant les tours non claires - Prix et pourcentage de retenue d'ATEC pas clairs - Frein sur l'offre et la demande 	<ul style="list-style-type: none"> - Collaborer avec l'Association Stibrawpa - Organiser des ateliers réguliers avec les responsables des communautés et de l'ONG pour parler des motivations de chacune des parties, échanger des conseils et apprendre d'autrui - Désigner au sein de l'ONG une personne responsable exclusivement des offres autochtones et qui a le contact direct avec eux (un employé fixe et non pas un volontaire) - Intégrer un membre d'une communauté indigène au comité directeur de l'ONG
L'accès aux ressources est limité dans certaines communautés	<ul style="list-style-type: none"> - Manque d'initiative des communautés - Frein sur l'offre et la demande - Frein sur l'empowerment - Impact environnemental concernant l'élimination des déchets 	<ul style="list-style-type: none"> - Organiser des cours de langue et d'informatique - Mettre sur pied une installation pour le tri des déchets dans les communautés
Le réseau de transports publics est limité et peu clair	<ul style="list-style-type: none"> - Utilisation de transports privés par les touristes - Frein sur l'offre et la demande 	<ul style="list-style-type: none"> - Créer une carte claire de la localisation des villages indigènes ainsi que des correspondances des bus pour y accéder - Créer des forfaits incluant le transport dans le prix des tours (transports privés organisés par ATEC ou publics)
Aucune étude ou règle ne définit la capacité de charge des offres	<ul style="list-style-type: none"> - Utilisation irrationnelle des ressources - Visites bondées et moins intéressantes 	<ul style="list-style-type: none"> - Définir avec les communautés le nombre de participants maximum par activités selon les recommandations des principaux concernés, les indigènes
Le processus pour la création de nouveaux projets reste très vague et montre peu de soutien aux communautés	<ul style="list-style-type: none"> - Risque d'échec du projet - Manque de sentiment d'appartenance - Frein sur l'offre et la demande - Non-respect de la mission de l'ONG 	<ul style="list-style-type: none"> - Créer un processus de création de nouveaux projets selon les conseils d'APEC et de Stibrawpa - Prendre le temps de créer le projet avec les communautés - Collaboration avec le TEC et les bénévoles pour les projets autochtones

Conclusion

Le résultat de l'analyse des entretiens réalisés avec les parties prenantes des offres autochtones d'ATEC montre qu'elles ne respectent pas l'intégrité des critères durables sélectionnés. Ces offres rencontrent en effet des difficultés dans les trois dimensions du développement durable.

Concernant la dimension économique, l'absence de communication et de définition claire de *l'empowerment* des communautés menace la viabilité économique des offres ainsi que l'expérience des visiteurs. Au niveau social et culturel, le bien-être des communautés indigènes est impacté négativement principalement en lien avec les manques de sentiment d'appartenance et d'accès à certaines ressources. Enfin, pour la dimension environnementale, la faible offre de moyens de transports publics et l'absence de limite concernant la capacité de charge rend les excursions moins attrayantes. D'autre part, certains groupes d'indigènes ont moins de ressources pour préserver la vie terrestre au sein de leur communauté.

Afin de surmonter ces challenges, les principales recommandations réalisées sont les suivantes; la redéfinition de la communication entre ATEC et les communautés, la collaboration avec *l'Association Stibrawpa* pour les nouveaux projets, l'élection d'un indigène au sein du comité directeur de l'ONG, la création de projets pour les bénévoles d'ATEC en lien avec les autochtones, la désignation d'une personne responsable des offres autochtones au sein d'ATEC, la facilitation des propositions de moyens de transports pour les visiteurs, la définition d'une limite de capacité de charge et enfin, la création d'une marche à suivre relative aux nouveaux projets communautaires avec l'aide des étudiants du TEC et/ou des bénévoles.

Concernant les limites du travail, il aurait été intéressant de réaliser un entretien supplémentaire avec la troisième communauté *Aventuras Naturales Yorkín* qui collabore avec ATEC. Des nouvelles dimensions auraient pu être abordées pour obtenir une analyse complète des offres communautaires de l'ONG.

De plus, la méthode d'observation participante aurait été importante dans ce travail abordant la discipline de l'anthropologie culturelle et sociale. Ce moyen d'étude aurait donné des informations plus neutres et réelles sans être biaisées par l'éventuelle peur des indigènes de communiquer les problèmes existants. De plus, elle aurait permis d'obtenir un aperçu sur des problèmes environnementaux liés à la capacité de charge et à la gestion des déchets.

Enfin, à la suite de ce travail, l'application des recommandations au sein de la communauté de Dururpe apporterait des réponses concernant la manière de procéder et de faire perpétuer les offres autochtones.

Toutes ces suggestions de recherches ultérieures n'ont pas pu être réalisées par manque de temps sur place.

Références

- Alvarado, B. (2010) *Ecoturismo en Costa Rica: mito o realidad, la verdad*. (Thèse de Master, Stony Brook University).
- Asker, S. A., Boronyak, L. J., Carrard, N. R., & Paddon, M. (2010). *Effective community based tourism: a best practice manual*. APEC Tourism Working Group. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, Griffith University.
- Asociación Centroamericana para la Economía, la Salud y el Ambiente. (2019). *¿Quiénes Somos?* Récupéré le 17 février 2019, sur ACEPESA: <http://www.acepesa.com/quienessomos.php>
- Azevedo Luíndia, L. E. (2004). *Ecoturismo en Sociedades Indígenas ¿Una Propuesta Sostenible?*.
- Bautista, S. K. (2006). *Community Values, Tourism and Development in Puerto Viejo, Costa Rica*. (Thèse de Master non-publiée). University of Mexico, Mexico.
- Blackstock, K. (2005), *A critical look at community based tourism*. In *Community Development Journal* 40(1), p.39–49.
- Blangy, S., McGinley, R. & Harvey Lemelin, R. (2010). *Recherche-action participative et collaborative autochtone: Améliorer l'engagement communautaire dans les projets touristiques*. *Téoros*, 29(1), 69–80. <https://doi.org/10.7202/1024757ar>
- Campbell, L.M. (2002). *Conservation narratives in Costa Rica: Conflict and co-existence*. *Development and Change* 33(1): 29–56.

- Cardín Pedrosa, M. (2010) *Indicadores de Sostenibilidad para el Desarrollo Rural. Actitud y Perspectivas de los Agricultores*. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Ceron, J.P. and Dubois, G. (2000) *Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement*. Cahiers Espaces, 67, pp. 30-46
- Chaiyakhet, N. (2014). *Leadership entrepreneurial en communauté pour une performance durable: études de cas dans le tourisme à base communautaire Homestay, en Thaïlande* (Doctoral dissertation, Université Paul Valéry-Montpellier III).
- Cohen, E. (1988). *Authenticity and commoditization in tourism*. Annals of tourism research, 15(3), 371-386.
- Colton, J. W. (2005). *Indigenous tourism development in northern Canada: Beyond economic incentives*. The Canadian Journal of Native Studies, 1, 185-206.
- Dahlquist, R. M., Whelan, M. P., Winowiecki, L., Polidoro, B., Candela, S., Harvey, C. A., ... & Bosque-Pérez, N. A. (2007). *Incorporating livelihoods in biodiversity conservation: a case study of cacao agroforestry systems in Talamanca, Costa Rica*. Biodiversity and conservation, 16(8), 2311-2333.
- Daniels, A. E., Bagstad, K., Esposito, V., Moulaert, A., & Rodriguez, C. M. (2010). *Understanding the impacts of Costa Rica's PES: Are we asking the right questions?*. Ecological economics, 69(11), 2116-2126.
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2012). *Community-based tourism: An exploration of the concept(s) from a political perspective*. Tourism Review International, 16(1), 29–43.

Giampiccoli, A., & Mtapuli, O. (2015). *Between theory and practice: A conceptualisation of community-based tourism and community participation*. *Loyola Journal of Social Science* 29(1), 27–52.

Girof, P. O., Weitzner, V. & Marvin Borrás Fonseca F. M. (1998). *From Conflict to Collaboration: The Case of Cahuita National Park, Limón, Costa Rica*. Presented at "Crossing Boundaries," the seventh annual conference of the International Association for the Study of Common Property, Vancouver, British Columbia.

Global Environment Facility's Small Grants Programme. (2019). *About Us*. Récupéré le 17 février 2019 sur SGP The GEF Small Grants Programme: <https://sgp.undp.org/about-us-157.html>

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success*. *ICRT Occasional paper*, 11(1), 37.

Häusler, N. (2006). *Profession: Tourism consultant. Mission: To say sometimes no to community-based tourism projects*. In B. Wu & W. Feighery (Eds.), *Tourism and the new Asia: Implications for research, policy and practice: Conference proceedings* (pp. 210–217). Beijing: Peking University.

Hearne, R. R., & Salinas, Z. M. (2002). *The use of choice experiments in the analysis of tourist preferences for ecotourism development in Costa Rica*. *Journal of Environmental Management*, 65, 153–163.

Instituto Nacional de Estadística y Censo (2011) *Censo 2011. Población total en territorios indígenas por autoidentificación a la etnia indígena y habla de alguna lengua indígena, según pueblo y territorio indígena*. Récupéré le 28 mai 2019 sur: <http://www.inec.go.cr/censos/censos->

[2011?keys=INDIGENA&at=All&prd=All&field_anio_documento_value%5Bvalue%5D%5Bdate%5D=2011](https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html)

Instituto Costarricense de Turismo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017-2021*. Récupéré le 28 mai 2019 sur <https://www.ict.go.cr/en/documents/plan-nacional-y-planes-generales/plan-nacional-de-desarrollo/1071-plan-nacional-de-desarrollo-turistico-2017-2021/file.html>

Instituto Nacional de Estadística y Censo (2018) *Costa Rica en cifras 2018*. Récupéré le 25 juin 2019 sur: <http://www.inec.go.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reostaricaencifras2018.pdf>

Kaiser, E. (2015). *L'empowerment des femmes dans les pays en développement, entre potentiel et défis: étude de cas en Tanzanie*. (Thèse de Master, HEC Montréal)

Meri, M. A. (2016). *Indigenous Tourism and The Reconstruction of Ethnic Identity in the Bribri –community of Yorkín, Costa Rica*. (Thèse de Master, University of Helsinki)

Monterrubio, M. & Bermúdez, C. (2014). *Les impacts du tourisme sur l'artisanat local au Costa Rica*. Téoros.

Murillo, S. A. M., Castillo, J. P. P., & Ugalde, M. E. H. (2014). *Assessment of environmental payments on indigenous territories: The case of Cabecar-Talamanca, Costa Rica*. Ecosystem Services, 8, 35-43.

Nel-Lo, M. (2008). *Organización y características del turismo rural comunitario en Costa Rica*. Anales de Geografía, 28(2), 167-188.

- Organisation de coopération et de développement économiques. (2018). *Études économiques de l'OCDE: Costa Rica 2018*. OECD Publishing
- Organisation mondiale du tourisme (2005) *Tourisme et durabilité: Un aperçu général*. Paris: Département du tourisme durable de l'Organisation mondiale du tourisme. 34 p.
- Pagiola, S. (2008). *Payments for environmental services in Costa Rica*. *Ecological economics*, 65(4), 712-724.
- Payen, A. (2012). *Tourisme Communautaire dans les suds: quelle implication des populations locales dans les aires protégées. Cas du Parc National de Loango, Gabon*. (Thèse de Master, Université de Paris)
- Programme des Nations unies pour l'environnement (1995) *Charte du Tourisme Durable*. Madrid: Conférence de Lanzarote. 4 p.
- Rivera, J. (2002) *Assessing a voluntary environmental initiative in the developing world: the Costa Rican certification for sustainable tourism*. *Policy Sciences* 35(4): 333–360.
- Rousset, C. (2009). *Le tourisme comme instrument d'empowerment des communautés locales du sud- Réflexions sur la coopération internationale au développement*. (Thèse de doctorat, Université de Bologne)
- Scheyvens, R. (1999). *Ecotourism and the empowerment of local communities*. In *Tourism Management* 20, 245–249.
- Scheyvens, R. (2012). *Tourism and poverty*. Routledge: Londres

- Su, X. (2011). *Commodification and the selling of ethnic music to tourists*. *Geoforum*, 42(4), 496-505.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Sutawa, G. C. (2012) *Issues in Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development*, *Procedia Economics and Finance* 4: 413–22.
- Tranquard, M. & Gagnon, C. (2012). *Opérationnaliser le développement durable en contexte écotouristique: quels critères?.* *Téoros*, 31(2), 72–83.
<https://doi.org/10.7202/1020773ar>
- Trejos, B., and Chiang, L. N. (2009). *Local Economic Linkages to Community-Based Tourism in Rural Costa Rica*. *Singapore Journal of Tropical Geography* 30(3): 373–387.
- Wearing, S., McDonald, M. & Ponting, J. (2005) *Building a Decommodified Research Paradigm in Tourism: The Contribution of NGOs*, *Journal of Sustainable Tourism*, 13:5, 424-439, DOI: 10.1080/09669580508668571
- Whitford, M., Bell B. & Watkins, M. (2001) *Indigenous Tourism Policy in Australia: 25 Years of Rhetoric and Economic Rationalism*, *Current Issues in Tourism*, 4:2-4, 151-181, DOI: 10.1080/13683500108667886
- World Tourism Organization & UN's Global Development Network. (2017). *Tourism and the sustainable development goals—Journey to 2030*.

Déclaration de l'auteur

Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seule, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : les vendeurs d'offres autochtones, les indigènes et les touristes interviewés mentionnés ainsi que Monsieur Gavin Bate pour ses conseils.