ABREVIATIONS

AGCS : Accord général sur le commerce des services, signé à Marrakech en 1994.

ANSV : Association Nationale des Statistiques du Vietnam.

BIT : Bureau International du Travail

ODIT : Observation, Développement et Ingénierie Touristiques.

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

SNV : Stichting Nederlandse Vrijwilligers («Fondation des Volontaires des Pays-Bas»).

TTH : Thua Thien Hué (la province de Thua Thien Hué).

UNESCO : The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization *(en français: Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture)*.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

SOMMAIRE

INTRODUCTION GENERALE.....P.6

PARTIE I: METIERS ARTISANAUX AU VIETNAM : ORIGINES ET DEVELOPPEMENT.....P.31

Chapitre 1: L'influence identitaire et culturelle des métiers artisanaux.....P.33

Chapitre 2: Naissance et renaissance des villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thiên Hué au cours des siècles.....P.56

PARTIE II: IMMOBILITE ET MOBILITE DU TOURISME DANS LES VILLAGES DE METIERS ARTISANAUX.....P.105

Chapitre 3: La prise de conscience en ce qui concerne le changement de tendance touristique

.....P.107

Chapitre 4: La mutation touristique dans les villages de métiers artisanaux.....P.137

PARTIE III: DEVELOPPEMENT DU TOURISME COMMUNAUTAIRE LOCAL ET CONTRIBUTION A LA CREATION D'EMPLOIS POUR LES HABITANTS LOCAUX

.....P.181

Chapitre 5: Evaluation des répercussions touristiques dans les villages de métiers artisanaux en vue du développement durable du tourisme communautaire.....P.183

Chapitre 6: Des créations d'emplois en faveur des autochtones par l'intermédiaire du *home stay* et des activités touristiques.....P.246

PARTIE IV: DES DEFIS MAJEURS AUX PROPOSITIONS A LONG TERME....P.303

Chapitre 7 : Les défis du processus de développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux.....P.305

Chapitre 8: Les propositions en faveur du développement durable du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thiên Hué

.....P.341

CONCLUSION GENERALE.....P.375

INTRODUCTION GENERALE

Située au centre du Vietnam, la province de Thua Thien Hué (TTH) a été reconnue en 1993 comme patrimoine matériel mondial (la cité impériale et les tombeaux royaux) et en 2013 comme patrimoine immatériel mondial (les chants royaux) de l'UNESCO[1]. L'ensemble des monuments culturels et historiques de la province de TTH a ainsi renforcé sa position sur le marché touristique du Vietnam. En outre, les Festivals internationaux de Hué[2] organisés toutes les années paires à partir de l'an 2000 et les Festivals du développement des métiers artisanaux organisés toutes les années impaires à Hué à partir de 2005, ont mis en valeur la promotion des sites touristiques, des métiers traditionnels et la participation des habitants locaux au développement du tourisme.

Essayons de quantifier cet essor. En 2017[3], la province de TTH a une croissance de 16.63 % par rapport à l'année 2016. Le nombre de touristes venus dans cette province en 2017 s'élève à 3.800.012 dont 1.501.226 touristes internationaux, soit 42.57 % de plus par rapport à l'année précédente. La recette touristique atteint en 2017, 3.520 milliards de dongs[4] (équivalent à 13 millions d'euros), en augmentation de 9.87 % par rapport à l'année précédente. 207.783 touristes venant de Corée du Sud (25.5 % du nombre de touristes), représentent la partie la plus importante du marché touristique de la province de TTH. La France occupe le deuxième rang (avec 9.6 %), puis viennent l'Angleterre 6.2 %, les Etats-Unis 5.9 %, l'Allemagne 5.7 %, enfin la

---

1 «Thua Thien Hué», dans *Quan the di tich Co do Hué – Di san van hoa the gioi dau tien cua Vietnam* [en ligne].

URL : https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Thong-tin-ket-luan-48/tid/Quan-the-di-tich-Co-do-Hue-Di-san-van-hoa-the-gioi-dau-tien-cua-Viet-Nam/newsid/B40FD020-C7F8-4DC0-A8CA-538DE078CD5A/cid/E3C363A7-F3AC-4FBB-ADEB-7E9F5680DE10 (consulté le 16 janvier 2018).

2 Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de la province de Thua Thien Hué : Le premier Festival de Hué officiel a eu lieu en 2000. Il faut également souligner qu'il y avait un Festival intitulé «Festival Franco-Vietnam», mais seulement à partir de l'an 2000. Le Festival international de Hué est officiellement devenu un grand événement bi-annuel, organisé toutes les deux années paires.

3 Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué [en ligne].

URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/ (consulté le 16 janvier 2018).

4 Un euro vaut 27.000 dongs vietnamiens (selon le cours de la devise en janvier 2018).

Chine, l'Inde, la Thaïlande, le Japon, etc.[5].

En 2018, le nombre de touristes s'élève à 4.250.000 personnes (augmentation de 12 % par rapport à 2017) dont 2.200.000 touristes internationaux. La recette touristique atteint 4.400 milliards de dongs (17 millions d'euros) (augmentation de 25 % par rapport à 2017)[6].

Photo 1 : Le logo du Festival de Hué.

(© huefestival.com)

Photo 2 : Le Festival des métiers artisanaux de Hué.

(© huefestival.com)

5 Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué [en ligne]. URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/ (consulté le 16 janvier 2018).

6 Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué [en ligne]. URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/ (consulté le 16 janvier 2018).

Fiche d'identité de la province de Thua Thien Hué[7] :

Localisation : Au Centre du Vietnam, à 640 km de la capitale Hanoï (au Nord) et à 1.050km de Ho Chi Minh–ville (au Sud). Cette province est limitée au Nord par la province de Quang Tri, à l'Ouest par la mer de l'Est, au Sud par la ville de Da Nang et à l'Est par le Laos (les provinces : Sekong et Saravan). Elle est composée de quatre zones différentes : une région montagneuse, des collines, des plaines et des lagunes. Elle possède une plage de 126 km de long.

Coordonnées géographiques

Latitude : 16,68° Nord ; *longitude* : 107,8 - 108,2 Est.

Superficie : 5.054 km².

Population : 1.225.495 habitants.

Nature : montagnes, collines, plaines, lagunes et mer.

Climat (influencé par le régime des moussons) : saison pluviale humide et sèche tropicale.

Température moyenne : 27° - 37°C.

SMIC vietnamien par mois : 3 102 511 dongs[8].

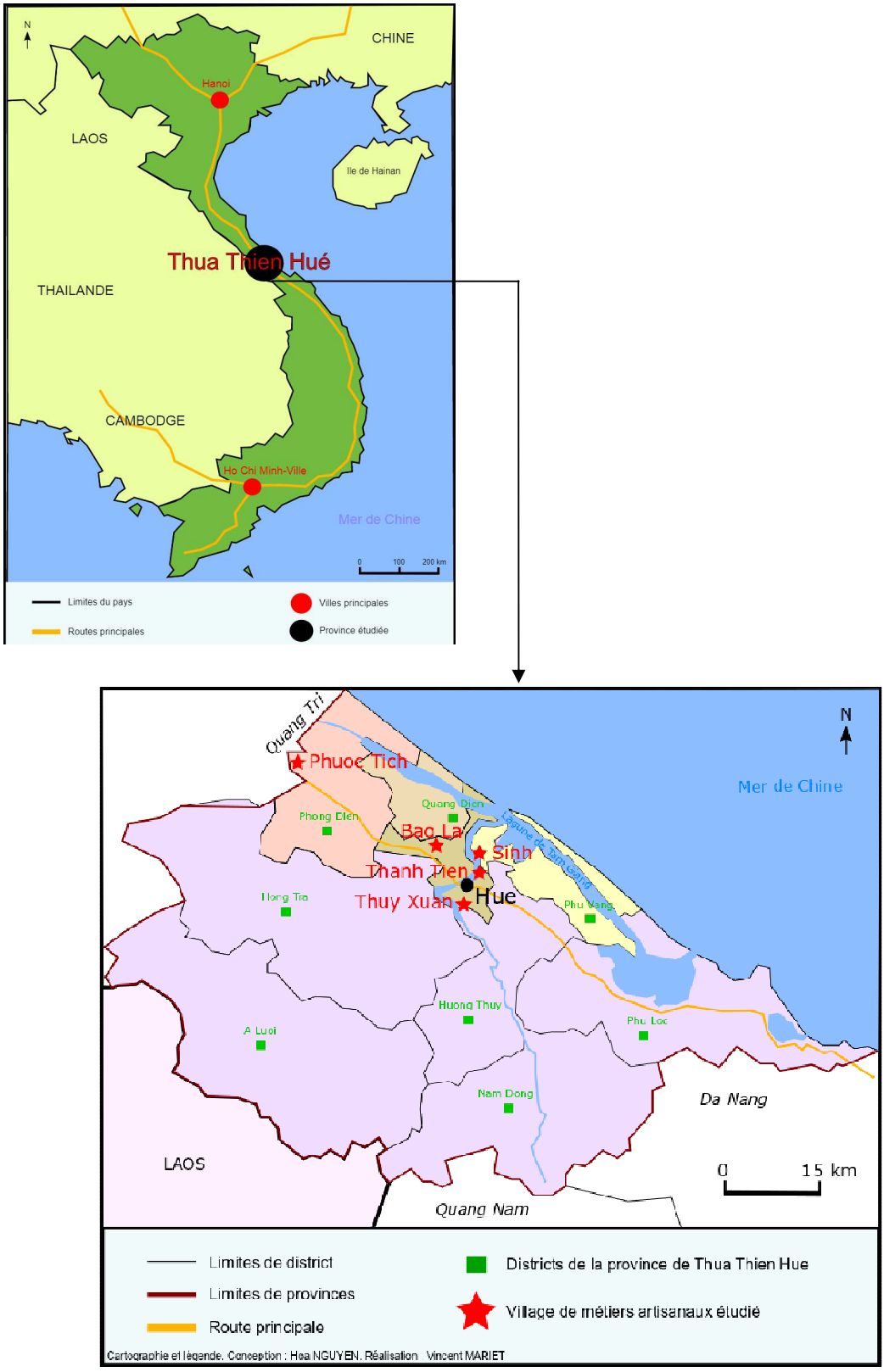
Langue officielle : le vietnamien

Ethnies: Kinh (90%), Taoi, Cotu, Vân Kiêu.

[7] «Thua Thien Hué», dans *Présentation de la province – informations générales* [en ligne].

URL : https://thuathienhue.gov.vn/fr-fr/Accueil/D%C3%A9tail/cid/ACA93974-F812-41DE-B657-6E4510A8D402 (consulté le 16 janvier 2018).

[8] Soit 120 euros/mois (janvier 2018).



Carte 1 : Les cinq villages de métiers artisanaux étudiés dans la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Le tourisme est un puissant facteur de développement économique dans de nombreux pays à travers le monde. Selon l'ancien Secrétaire général de l'OMT, M. Taleb Rifai, «*Le tourisme a fait preuve d'une force et d'une résilience extraordinaires ces dernières années malgré les nombreux défis auxquels il a été confronté, notamment en matière de protection et de sécurité. Le tourisme international continue de se déployer vigoureusement et de contribuer à la création d'emplois mais aussi au bien-être des communautés dans le monde entier*[9]». Au travers des quatre parties de cette recherche, notre objectif a ainsi été d'aborder alternativement les approches transversales du sujet.

Le lien établi ici entre tourisme, emplois et communautés est intéressant. Il sera placé au cœur de notre réflexion. Notre thèse a en effet pour objet le développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de TTH. Nous étudierons successivement les potentialités touristiques remarquables de cette province et le souci de chercher de nouveaux produits touristiques face à l'invasion du tourisme de masse dans les sites patrimoniaux connus de la province de TTH. Certes, en prenant en compte tous les atouts touristiques tels que la variété de la nature, les ethnies, les monuments historiques et les zones naturelles, cette province attire les touristes pour qu'ils puissent découvrir des activités typiques. Mais il manque une spécificité dans ces produits touristiques, quelques choses de foncièrement original. Ces produits sont ainsi monotones et les touristes se cantonnent uniquement à la visite des sites historiques les plus en vue. Mais de nos jours, les touristes/visiteurs ont besoin d'une plus grande diversité de choix. Dans le contexte actuel, le renouvellement du tourisme de la province de TTH est donc un défi, ce secteur économique constituant le cœur du PIB de la province.

Evaluons en effet le contexte économique de la province de TTH. Les grandes entreprises industrielles restent encore modestes. Les Huéens ont une mentalité plutôt réservée et les investisseurs éprouvent des difficultés à lancer de grands projets à long terme. Les projets de construction d'un grand domaine de type *resort* avec golf et spa dans les collines de Vong Canh ont par exemple été refusés par le comité populaire de la province de TTH, sous la pression de la population locale. Dans le

9 URL : https://www2.unwto.org/fr/press-release/2017-01-17/demande-continue-de-tourisme-international-malgre-les-difficultes (consulté le 28 janvier 2017).

Rapport-Gratuit.com

quartier de Thuy Xuan, les projets d'aménagement des services de parking, des centres de loisirs ainsi que des hôtels ont abouti au même résultat. Tous les abandons des grandes constructions émanent de la volonté même des propriétaires de terrains, de génération en génération. La mentalité superstitieuse des Huéens joue également beaucoup. Ils trouvent que les nouvelles constructions influencent la géomancie du territoire, très sensible. Quant au choix de la localité pour l'installation des entreprises, beaucoup de sociétés nationales et internationales s'installent dans la ville de Da Nang, qui se situe à 110 km au sud de la province de TTH. En effet, les infrastructures sont meilleures, le climat plus agréable et le commerce à Da Nang est dynamique.

L'économie de la province repose notamment sur le secteur du tourisme et des services. Comme nous l'avons déjà suggéré, la richesse des cultures, des traditions, de la religion, de l'architecture royale et coloniale, est à la base des potentialités touristiques et historiques de cette province. Les temples, les pagodes, les maisons-jardins datant de nombreux siècles, les Festivals internationaux, les métiers artisanaux et la gastronomie apportent de grands atouts en termes d'économie touristique ; et des arguments dans le fait d'investir dans des infrastructures et dans l'aménagement des sites patrimoniaux et dans la formation du personnel local. Le tourisme apparaît donc vraiment comme un levier économique de premier ordre pour la province de TTH.

Poursuivons notre diagnostic du tourisme de cette province avec trois remarques. D'abord, le tourisme de masse a des conséquences négatives : la destruction de l'environnement et la pollution sonore. Deuxième remarque : selon les enquêtes réalisées auprès des «touristes domestiques» (Vietnamiens) et internationaux, la durée moyenne du séjour dans la province est de une à deux nuits.

Troisième remarque : les touristes se cantonnent à la visite des monuments typiques de Hué. Le temps leur manque donc pour découvrir les coutumes des Huéens ainsi que la culture traditionnelle de la province. Or, la tendance en termes de demande touristique est la découverte de la culture locale et la rencontre des autochtones, afin de mieux comprendre leurs traditions. D'après Monsieur Viet Luc TRAN, responsable du département des stratégies de développement du tourisme du Service du Tourisme de la province de TTH*, «il faut promouvoir l'image du tourisme*

de la province de TTH en combinant les activités touristiques habituelles avec la rencontre des communautés»[10]. Il manque, en faveur des touristes, des lieux de loisirs attrayants et des activités supplémentaires. Ils ne visitent que les sites patrimoniaux culturels et naturels. Ils quittent donc la ville et se dirigent vers les communes des alentours de Hué. C'est pourquoi les agences de voyage envoient finalement directement les touristes vers ces zones patrimoniales et naturelles. Par conséquent, ces endroits sont surexploités et investis par un trop grand nombre de touristes. Les tombeaux royaux, lors des journées de fêtes et en haute saison, sont bondés. Il est difficile de trouver un emplacement adéquat pour prendre une photographie. Les groupes de touristes se mêlent, les guides touristiques parlent très fort, et tiennent des drapeaux pour se faire reconnaître par leurs groupes. Les poubelles sont remplies de déchets. Les pelouses sont noires de monde, etc.

Photo 3 (à gauche) : Les touristes se bousculent au temple de Hon Chen, Hué. (© thuahienhue.gov.vn)

Photo 4 (à droite) : Les touristes à la cité impériale de Hué. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Autre exemple du tourisme de masse dans les lieux patrimoniaux à Hué : la cité impériale. Les touristes se bousculent pour prendre des photos et filmer. Les salles d'exposition apparaissent trop petites pour une telle quantité de personnes. Les boutiques de souvenirs sont comme un marché aux puces où l'on peut marchander les prix. Les guides et les vendeurs sont satisfaits lorsque les touristes viennent acheter beaucoup de souvenirs. Face à tous ces défis, il faut donc chercher de nouvelles orientations touristiques.

[10] Entretien avec M. Viet Luc TRAN (Hué, janvier 2018).

Les valeurs matérielles et immatérielles observables non seulement sur les monuments historiques mais aussi dans le cadre des savoir-faire de la technique de fabrication des produits traditionnels, enrichissent les atouts touristiques de la province. Tous ces aspects rendent la découverte de l'histoire et de la tradition de la province de TTH plus complète et multidimensionnelle. Comme l'explique un article de presse *: «Aux côtés des paysages pittoresques et des monuments inscrits au patrimoine mondial, la ville centrale de la province de TTH dispose d'une autre corde à son arc pour faire vibrer le cœur des visiteurs»*[11]. Cette «corde», ce sont les villages de métiers artisanaux dispersés dans la province. Il en existe actuellement environ trente-deux[12]. Les habitants de ces villages continuent à exercer leurs métiers artisanaux tels que la fabrication des bijoux en or (village de Kê Môn), la gravure des produits en bois (village de My Xuân), la fabrication des produits en cuivre (village de Phuong Duc), la fabrication de vermicelles et de produits à base de riz (village d'O Sa), la fabrication des cerfs-volants (quartier de Thuân Hoa), la broderie (quartier Phu Hoa), la vannerie (village de Bao La), la poterie (village de Phuoc Tich), la fabrication des bâtons d'encens (village de Thuy Xuan), la peinture sur le papier de coquille (village de Sinh), la fabrication des fleurs en papier (village de Thanh Tien), etc.. Les cinq derniers villages mentionnés ci-dessus figurent dans la liste des villages destinés à être conservés en priorité, dans la stratégie du développement touristique de la province. Depuis plus de 300 ans, les habitants locaux exercent ces métiers comme travail à plein temps ; c'est leur revenu principal. Chaque village possède une culture, une géologie et une géographie différente. Cela établit une variété de métiers qui font la richesse culturelle, historique et financière de la province.

Néanmoins, à l'heure actuelle, le nombre d'artisans pratiquant ces métiers traditionnels occupe en moyenne seulement 20 % de la population dans chaque village[13]. Ces métiers risquent donc progressivement de disparaître. Les artisans ne

---

[11] «Un nouvel air du tourisme de Thua Thien Hué» (traduit du vietnamien par Hoa NGUYEN) [en ligne].

URL : https://vca.org.vn/thua-thien-hue-tiem-nang-phat-trien-du-lich-va-chinh-sach-thu-hut-dau-tu-a19460.html (consulté le 16 janvier 2018).

[12] TRAN Viet Luc, «Les informations clés des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué» (l'argumentaire administratif), Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2007.

[13] Résultats acquis lors des entretiens menés auprès des artisans des cinq villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

gagnent que peu leur vie et sont confrontés à une forte concurrence de prix ainsi qu'à une variété de différents produits industriels sur le marché. Les artisans locaux cherchent à trouver de petits emplois dans l'agriculture, l'élevage, la maçonnerie, dans de petits commerces instables. La perte des savoir-faire, considérés comme un patrimoine immatériel, engendre une disparition des valeurs culturelles, historiques et traditionnelles ainsi qu'une augmentation du taux de chômage dans ces villages. Tout cela limite l'économie villageoise et la capacité d'innovation des lieux historiques.

Les habitants locaux continuent pourtant d'exercer ces métiers, de manière instable et clairsemée. En fonction des demandes du marché et du Comité populaire de la province, les artisans s'engagent à produire des objets durant quelques mois de l'année. Avant la fête du nouvel an vietnamien, les Festivals de Hué et les Festivals des métiers traditionnels, les artisans reçoivent une forte demande de produits artisanaux pour les faire exposer à la foire-exposition ou pour décorer les rues ; alors que lors des autres périodes de l'année, la demande du marché est peu élevée. Les revenus apportés par ces métiers dépendent du nombre de touristes envoyés par les agences de voyage. Actuellement, la demande en produits artisanaux ne peut totalement faire survivre ces villages de métiers. De plus, la concurrence entre les produits artisanaux et les produits fabriqués de manière industrielle est un défi.

Les artisans prennent par exemple beaucoup de temps pour fabriquer leurs produits. Pour confectionner manuellement une fleur de lotus en papier, l'artisan met en moyenne 1 heure et la vend 20.000 vnd/fleur (0,80 €)[14]. Or, grâce aux nouvelles machines, seules 10 minutes sont nécessaires pour fabriquer une fleur de lotus en papier pour un coût de 15.000 vnd/fleur (0,60 €)[15]. On ne peut pourtant pas nier les points forts des produits artisanaux. Etant fait à la main, chaque produit est personnalisé et singulier. La façon de diluer ou de mélanger les couleurs est unique. Les touristes peuvent donc commander des produits en fonction de leurs goûts.

[14] Résultats acquis lors des entretiens menés auprès des artisans des cinq villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

[15] Idem.

Toutefois, malgré la personnalisation des produits artisanaux, la demande reste faible car la main-d'œuvre est de moins en moins qualifiée et la promotion des produits n'est pas à la hauteur. Les artisans ne peuvent donc pas vivre de ces métiers, qui sont progressivement abandonnés. La perte de la main-d'œuvre, autrement dit la perte du patrimoine immatériel, alerte le comité de la conservation des patrimoines de la province en particulier et même celle du Vietnam en général. D'où la grande motivation du Service de la Culture, des Sports et du Tourisme pour qu'il se mette à agir afin de sauvegarder les valeurs culturelles et historiques du pays.

Notre enquête, menée entre 2016 et 2018, a été réalisée dans le cadre de cinq villages, dont voici les spécificités :

Village de Thuy Xuan – village spécialisé dans la fabrication des bâtons d'encens :

Il se situe dans la rue Huyen Tran Cong Chua, près de plusieurs sites touristiques (tombeau royal de Tu Duc et colline de Vong Canh), à 7 km du centre-ville de Hué. La fabrication des bâtons d'encens existe depuis plus de 700 ans, et est fortement liée à la culture du bouddhisme et du culte des ancêtres des Vietnamiens en général et des Huéens en particulier. Actuellement, il y a plus de 50 foyers (parmi plus de 120 ménages dans ce quartier) qui exercent ce métier ; 90 % des employés sont en fait des femmes[16].

Photo 5 (à gauche) : Les bouquets de bâtons d'encens. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 6 (à droite) : L'artisane fait sécher les bâtons d'encens. (© dulichkhamphahue.com)

[16] Résultats acquis lors des entretiens menés auprès des artisans du village de Thuy Xuan (travail de terrain de 2016 à 2018).

Village de Thanh Tien – village de fabrication des fleurs en papier :

Ce village est situé dans la commune de Phu Mau, dans le district de Phu Vang, à 10 km du centre-ville de Hué. Ce métier figure dans la liste des métiers artisanaux depuis plus de 300 ans[17]. Il est lié aux croyances populaires.

Photo 7 (à gauche) : L'artisan montre aux touristes comment faire les fleurs. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 8 (à droite) : La préparation des bouquets de fleurs en papier. (© dulichmientrung.net)

Durant toute l'année, les bouquets de fleurs en papier sont posés sur les autels des génies de la cuisine. Il faut brûler les anciennes fleurs avant le Réveillon du nouvel an vietnamien puis les changer. Ces anciennes fleurs emportent le malheur de la maison et les nouvelles apportent de bonnes choses pour toute l'année (on peut toutefois les changer en cours d'année si elles deviennent sales). Actuellement, quatre artisans qualifiés font encore ce métier. Pendant les Festivals de Hué, les employés saisonniers (les jeunes du village) sont davantage mobilisés. Cela crée des emplois et des revenus supplémentaires pour les habitants locaux.

Village de Phuoc Tich – village de la poterie :

Ce village se trouve dans la commune de Phong Hoa, dans le district de Phong Dien, à 45 km du centre de la ville de Hué. Il est connu pour sa poterie et son architecture spéciale de «maison-jardin» en bois, datant de plusieurs siècles. Les

---

17 «Lotus en papier de Thanh Tien», dans *Présentation générales du village de Thanh Tien* [en ligne].

URL : http://www.hoasengiaythanhtien.com/goi-thieu-lang-hoa-giay-thanh-tien (consulté le 16 janvier 2018).

artisans fabriquaient des objets du quotidien en poterie de qualité, destinés aux empereurs et aux mandarins. Ils s'en servaient dans la vie quotidienne et les vendaient au marché pour gagner de l'argent. Pourtant, l'arrivée des objets en porcelaine chinoise puis en plastique, engendre une grande concurrence avec ceux du village. Les artisans doivent donc trouver un autre travail dans l'agriculture et l'élevage, ou bien ils partent dans les autres villes pour gagner leur vie. La population de ce village est par conséquent très âgée. Il reste actuellement encore douze maisons traditionnelles en bois ayant une architecture spéciale, dont deux maisons sont mises en service de *home stay*[18].

Photo 9 (à gauche) : L'atelier de poterie. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 10 (à droite) : La maison-jardin traditionnelle en bois. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Village de Sinh – village de la peinture sur le papier de coquille :

Ce village est situé dans la commune de Phu Mau, dans le district de Phu Vang, à 10 km du centre-ville de Hué. Le métier traditionnel de ce village consiste à dessiner des «hommes remplaçants». En effet, selon les croyances locales, il faut d'abord dessiner un personnage (l'«homme remplaçant») à l'aide un moule en bois, puis placer les dessins sur l'autel ; ensuite, on brûle les bâtons d'encens, et quand ils s'éteignent, on brûle ces dessins pour emporter au loin le mal qui frappe telle ou telle personne. Chaque année, les habitants de toute la province pratiquaient régulièrement ce culte. Or, durant les années de guerre, avant 1975, le Comité

[18] L'équivalent en français du home stay est la chambre d'hôte ou le gîte (selon le Cambridge dictionary).

populaire de la province jugeait cette activité superstitieuse[19]. Il demandait donc aux artisans de brûler tous les dessins et surtout les moules en bois. L'artisan Huu Phuoc KY a enterré tous les moules transmis de génération en génération pour les dissimuler. A partir de 1989, bien après la réunification du pays (en 1975), les habitants du village ont repris l'habitude de pratiquer ce type de culte grâce à M. Huu Phuoc KY qui a gardé ses moules traditionnels[20]. Désormais, les motifs de ses chefs-d'œuvre sont plus variés puisqu'il fabrique aussi des dessins de femmes tenant des instruments musicaux traditionnels, de calendriers solaire et lunaire, ou d'activités de la vie quotidienne dans le village, etc.

Photo 11 (à gauche) : L'artisan Huu Phuoc KY et ses dessins. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 12 (à droite) : Le dessin des «hommes remplaçants» et les moules originaux en bois.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Village de Bao La – village de la vannerie :

Il se trouve à 15 km de la ville de Hué, dans la commune de Quang Phu, dans le district de Quang Dien[21]. Ce village est connu pour la qualité du bambou et du rotin que l'on travaille depuis des siècles. Dans le passé, les femmes ne travaillaient pas (au

[19] Informations acquises lors des entretiens menés auprès des artisans des cinq villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

[20] Entretien avec l'artisan Huu Phuoc KY dans son atelier du village de Sinh (Hué, décembre 2017 et février 2018). M. KY considère qu'il s'est longtemps «sacrifié» par le passé pour préserver une activité peu rentable économiquement.

[21] «Métier de vannerie de Bao La», dans *Métiers et les villages de métiers artisanaux* [en ligne].

URL : http://www.huefestival.com/?cat_id=595&id=3524#.XbNJtJIzbIU (consulté le 22 mars 2018).

sens d'un travail salarié) mais quand elles se rassemblaient pour discuter, elles réalisaient à la main des objets quotidiens en bambou (passoires, paniers, etc.) pour s'en servir au foyer ou pour les vendre. En 2007, le Comité populaire de la commune a eu l'idée d'associer les gens doués dans ce domaine pour créer la coopérative de vannerie de Bao La. Les femmes dans ce village exercent en majorité ce métier. Elles représentent 95% des employés de la coopérative. En 2007, la coopérative employait 114 personnes du village[22].

Photo 13 : La fabrication des produits.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 14 : Les produits en bambou en vente.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Passons maintenant à l'historiographie. Le développement touristique de la province de TTH est une thématique de recherche très prisée des chercheurs et des jeunes diplômés au Vietnam. Nous avons recensé beaucoup de mémoires et d'articles abordant directement ou indirectement cette thématique. Ces lectures nous ont aidés à formuler notre propre sujet d'études et nos pistes de recherche. Ainsi, la thèse soutenue en 2013 à l'université de Bordeaux 3, intitulée *Habiter le patrimoine : maison-jardin à Hué*, de Mme Thi Huong Hué NGUYEN, porte spécifiquement sur les maisons-jardins à Hué. Dans ce travail, Thi Huong Hue NGUYEN s'intéresse à un seul des cinq villages étudiés dans notre thèse. Par ailleurs, le sujet du tourisme communautaire a déjà été partiellement abordé dans la thèse de M. Duy Long DAM intitulée *Développement touristique et développement local : la communauté lagunaire à Tam Giang-Cau Hai, province de Thùa Thiên Hué, Vietnam*, et

[22] Informations acquises lors des entretiens menés auprès des artisans des cinq villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

soutenue en 2017 à l'université de Besançon. Cette recherche nous a inspiré notre méthode de terrain ethnographique et nous a aidés à préparer nos rencontres avec les locaux. Nous y reviendrons lors de l'étude des interactions entre les autochtones et les touristes.

D'autre thèse nous ont intéressé *Tourisme et développement durable sur le littoral et les îles de la baie de Nha Trang - Vietnam*, soutenue en 2012 à l'université de la Réunion par Mme Thi My Binh LE, touche à l'étude du développement durable, qui va également figurer dans notre recherche. La thèse de Mme Thi Bao Chau HUYNH, *Patrimoine architectural, urbain, aménagement et tourisme : ville de Hôi An – Viêt Nam*, soutenue en 2011 à l'université de Toulouse 2, qui s'intéresse au développement architectural et à l'aménagement touristique, nous a suggéré aussi quelques idées sur ces sujets. La thèse de Mme Thi Cam Ly NGUYEN, «Sustainable tourism for regional development : a case study of three provinces in Vietnam : Hue, DaNang and Quang Nam», soutenue en 2019 à l'université de Lille 2, étudie le développement durable de la province de TTH, alors que notre travail aborde plus spécifiquement le développement touristique des villages de métiers artisanaux.

En ce qui concerne les études en vietnamien, l'article «Solutions pour le développement durable de l'écotourisme au Centre du Vietnam» (notre traduction[23]) de M. Quyet Thanh NGUYEN, publié en 2014 à l'université de Ho Chi Minh ville, aborde le développement durable de l'écotourisme sous l'angle des solutions. En outre, l'article de M. Thanh Huy VU publié en 2010, «Le contexte actuel et les propositions pour les métiers artisanaux dans la province de Thua Thien Hué», propose également des solutions de développement des métiers artisanaux en termes d'administration. Notre approche est différente car nos propositions englobent des axes divers. Un autre article, «Etudes sur le développement du tourisme communautaire dans la province de Thua Thien Hué», publié en 2012 par Duy Phu Yen TRAN, met l'accent sur les communautés engagées dans le développement du tourisme. Ceci nous aide ainsi à avoir un point de vue plus général sur les communautés dans le cadre du développement touristique.

[23] Toutes les traductions du vietnamien sont les nôtres.

Les trois mémoires de Master (toujours en vietnamien), *Développement du tourisme au village de Phuoc Tich de la province de Thua Thien Hué* soutenu en 2017 par Thi Kieu Nhi NGUYEN, *Investissement du tourisme communautaire au village de Phuoc Tich de la province de Thua Thien Hué*, soutenu en 2016 par Thi Diem My NGUYEN et «Evaluation de la participation de la communauté locale dans le tourisme au village de Phuoc Tich de la province de Thua Thien Hué», soutenu en 2016 par Thi Hue LE, nous apportent différents angles d'approches du sujet sur le développement touristique du village de poterie de Phuoc Tich. Nous devons par conséquent traiter notre étude de cas différemment. En effet, le sujet du développement touristique du village de Phuoc Tich reste toujours un défi dans le tourisme de la province de TTH, puisqu'il ne peut atteindre les objectifs espérés en termes de produits touristiques même si beaucoup de recherches et de propositions sont envisagées dans ces mémoires. Notre thèse abordera le défi du village de Phuoc Tich selon un autre point de vue, en espérant pouvoir pallier aux faiblesses de ce village en termes de conservation et de développement touristique. Le mémoire de Master «Développement du tourisme de festival à Thua Thien Hué», soutenu en 2015 à l'université des sciences sociales de Hanoi (Vietnam) par M.Son DANG, souligne le rôle d'influence des Festivals dans le développement du tourisme de la province de TTH. En effet, les festivals jouent un rôle important dans la promotion de l'image des métiers artisanaux. Lors de ces fêtes, les touristes qui se cantonnent d'habitude aux visites typiques historiques de Hué, commencent à y découvrir les autres aspects culturels et traditionnels en s'approchant des habitants locaux. Tout cela nous appelle à exploiter davantage l'aspect de la mobilité sociale locale due au tourisme.

Quant aux sources écrites en vietnamien que nous avons utilisées (et traduites), il s'agit surtout des divers textes administratifs établis par le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Vietnam, par le Comité populaire de la province de TTH et par le Service du tourisme de la province. Ces textes nous ont servis de fil rouge et aidé à contextualiser les cas d'étude.

Prenons quelques exemples. A l'échelle provinciale, la Circulaire numéro 1622/QD-UBND a été proclamée le 26 août 2013 : *«Aménagement global du développement du tourisme de la province de Thua Thien Hué pendant la période 2013-2030»*. La Circulaire numéro 111/QD-UBND a été proclamée le 17 janvier 2015:

«Aménagement du développement des métiers traditionnels et des villages de métiers traditionnels de la province de Thua Thien Hué jusqu'en 2020, orientation jusqu'en 2025». A l'échelle nationale, la Circulaire Numéro 2714/QD-BVHTTDL a été créée le 18 août 2016 : *«Stratégies du développement des produits touristiques du Vietnam jusqu'en 2025, orientation jusqu'en 2030»*, signée par Monsieur le Ministre vietnamien du Sport, de la Culture et du Tourisme M. Ngoc Thien NGUYEN. La Décision 2636/QD-BNNPTNT, a été proclamée par le Ministère de l'Agriculture et du Développement rural le 31 octobre 2011 : *«Valoriser et développer des villages de métiers et de métiers artisanaux»*.

Nous remarquons donc que tous les documents administratifs du Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Vietnam ainsi que du Comité populaire de la province de TTH, mettent l'accent sur le développement des métiers artisanaux et sur la participation des habitants locaux dans le développement touristique dans ces villages.

Par ailleurs, notre réflexion s'articule autour de certaines notions théoriques, qui sont le tourisme durable, le tourisme communautaire, le tourisme équitable, le tourisme solidaire, le tourisme culturel, le tourisme responsable et le tourisme en faveur de la lutte contre la pauvreté. Ces notions seront appliquées dans l'analyse des contextes actuels du développement touristique de la province de TTH. Elles nous donneront les bases académiques nécessaires afin de pouvoir référencer nos études de terrain, de mieux comprendre les contextes du développement touristique de la province et de nous orienter vers les propositions appropriées. En ce sens, nous avons pu sélectionner les notions les plus adaptées à notre terrain d'enquête.

Dans l'objectif d'enrichir davantage notre recherche et d'obtenir des points de vue multidimensionnels sur ce sujet, nous avons réalisé des visites d'autres villages de métiers artisanaux, au Vietnam (dans les villages de potier de Bat Trang au Nord, l'ensemble des villages de métiers artisanaux de la ville de Hoi An au Centre) mais aussi, par souci comparatif, en France : nous nous sommes en effet rendue et le village de poterie de la Borne dans la région Centre-Val de Loire.

L'étude de ces différents villages met en évidence l'existence de points communs et offre un certain nombre de leçons. Cela permet : d'envisager de faire

pérenniser les métiers traditionnels de ces villages en lien avec la conservation de leurs valeurs culturelles ; de développer en conséquence le tourisme local ; et enfin de créer davantage d'emplois pour les locaux afin de renforcer la fierté identitaire.

Photo 15 (à gauche) : La poterie du village de Bat Trang – ville de Hanoï. (© bazatravel.com)

Photo 16 (à droite) : L'atelier de sculpture – ville de Hoi An (l'artisane est en train de graver le moule en bois). (© tourdulichmientrung.net)

Photo 17 (à gauche) : M. BINDEL, âgé de 75 ans, artisan potier au travail (village de La Borne). (© Hoa NGUYEN, 2018)

Photo 18 (à droite) : La cathédrale de Jean Linard est connue pour ses chefs-d'œuvre de céramique. (© Hoa NGUYEN, 2018)

Il est temps de formuler notre problématique : **quelles sont les retombées économiques et sociales du développement touristique et de la mise en développement durable des villages de métiers artisanaux de la province de TTH ?** Autrement dit, qu'est-ce que le développement touristique apporte à la population locale tout en préservant le patrimoine immatériel et les valeurs traditionnelles indigènes, et de quelle manière ?

De cette problématique découle les questions suivantes :

- ✓ Quelles sont les évolutions des métiers artisanaux de la province de TTH ?
- ✓ Quelles sont les évolutions dans les interactions et les changements de comportement chez les acteurs touristiques (administrateurs, professionnels, médias, touristes et habitants locaux) ?
- ✓ Qu'entend-on par le développement durable du tourisme communautaire dans ces villages ? Comment intégrer les autochtones dans la promotion de leur région ? Quelle est l'interaction entre le touriste et l'habitant local ?
- ✓ Quelles sont les contributions (directes et/ou indirectes) du tourisme à l'amélioration de la vie des autochtones ?
- ✓ Quelles sont les difficultés rencontrées dans le contexte actuel du développement du tourisme communautaire dans ces villages ?
- ✓ Quels sont les apports en termes de propositions pour promouvoir et accélérer le tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux ?

Certes, les villages de métiers artisanaux ayant une longue histoire, ils doivent être valorisés et pérennisés grâce au développement du tourisme. Le développement du tourisme communautaire aide ces villages à créer des emplois pour les autochtones, en organisant davantage d'activités touristiques et en mettant l'accent sur l'aménagement touristique. De plus, le développement durable contribue à

améliorer l'économie de ces villages. Nous avons donc listé les objectifs suivants avant de nous lancer dans le travail d'enquête :

- connaître les réelles motivations des touristes concernant les visites de ces villages ;
- être au courant des réflexions des touristes lorsqu'ils confectionnent des produits artisanaux avec des artisans ;
- obtenir les avis des touristes quant au rôle du guide touristique ;
- évaluer la situation de la promotion des villages de métiers artisanaux ;
- comprendre les attentes des touristes vis-à-vis des visites des villages de métiers artisanaux ;
- évaluer la contribution du tourisme au développement économique de ces villages ;
- évaluer le développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux.

Pour nous immerger au mieux dans le terrain d'enquête, nous nous sommes inspirés de la méthode dite de l'«observation participante»[24], évidemment favorisée par notre maitrise de la culture (ou d'une partie de cette culture) et de la langue vietnamiennes. Nous avons nous-même, par exemple, participé à la fabrication des objets artisanaux dans les cinq villages étudiés. Notre méthode ethnographique repose aussi sur l'élaboration d'une série de questionnaires semi-guidés.

- Le public des enquêtes et des entretiens :

  Nous avons élaboré :

  - des questionnaires, soumis aux touristes étrangers et aux touristes domestiques rencontrés au centre-ville de Hué ainsi qu'aux touristes

[24] C'est une méthode ethnographique inventée par Malinowski au début de XXe (voir par exemple son livre *Les argonautes du Pacifique occidental*, publié en 1922).

rencontrés dans les cinq villages de métiers artisanaux ;

- des entretiens soumis à M. Dung NGUYEN – Vice-Président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué ; à M. Viet Luc TRAN (déjà présenté); à M. Manh Thang DINH – Président de l'Association du Tourisme de la province de Thua Thien Hué ; et aux administrateurs concernés.

- des entretiens effectués auprès des agences de voyage connues de la ville de Hué ;

- des entretiens effectués auprès de 15 guides touristiques vietnamiens ;

- des entretiens effectués auprès des habitants locaux des cinq villages de métiers traditionnels : Phuoc Tich, Thanh Tien, Thuy Xuan, Sinh et Bao La ;

- des visites et des entretiens semi-guidés effectués au village de potiers de Bat Trang et dans les villages artisanaux de la ville de Hoi An ;

- des visites et des entretiens semi-guidés effectués au village de poterie de La Borne, en France.

➢ L'élaboration des questionnaires :

Nous avons élaboré deux questionnaires selon deux types de questions : fermées et ouvertes. Les premières sont exhaustives et exclusives. Les secondes favorisent davantage l'expression personnelle.

En ce qui concerne les entretiens, les questions sont pré-élaborées/semi-guidées mais lors des conversations, d'autres questions spontanées sont posées selon les réponses données par les interviewés. En fonction des questions préparées et des réponses reçues, nous avons donc obtenu des résultats attendus et inattendus.

➢ La réalisation et la collecte des résultats des enquêtes et des entretiens :

Considérant que l'étude cible plusieurs publics, nous avons commencé à lancer ces entretiens et ces enquêtes à la fin de l'année 2016 et nous les avons achevées à la

fin de l'année 2018, dans la province de TTH. Au cours de cette enquête, nous avons eu la chance de pouvoir interviewer les Responsables administratifs du Tourisme de la province de TTH. Nous avons également pu effectuer des entretiens auprès des guides touristiques et des responsables des agences de voyage à Hué.

Premièrement, nous sommes allés faire les entretiens auprès des artisans des cinq villages de la province de TTH, ainsi que dans les villages de Bat Trang (au Nord) et de Hoi An (au Centre). Ils nous ont bien accueillie et ont répondu à nos questions. Grâce aux relations amicales établies avec certains locaux, nous nous sommes sentis assez à l'aise pour aller rencontrer les artisans, munis de notre questionnaire. Ils ont cependant d'abord hésité à nous accueillir, de peur que nous soyons une journaliste, ou une concurrente… Mais après une longue présentation, sincère et honnête, ils nous ont acceptés dans une bonne ambiance d'échanges ouverts et francs.

Deuxièmement, en ce qui concerne les entretiens menés au village de la Borne, nous étions dans un premier temps inquiète de ne pas pouvoir aborder les artisans que nous imaginions peut-être un peu fermés. Mais la réalité fut tout autre puisque les artisans de la Borne ont répondu à nos questions avec patience et gentillesse. Les trois jours de visite effectués grâce à une véritable expérience de *home stay* (chez un couple français), nous ont donné beaucoup de satisfactions, telles que les résultats des entretiens, les visites, la découverte de la poterie locale, ainsi que le changement apporté dans nos imaginaires touristiques et humains de ce territoire.

Nous avons en outre réalisé des enquêtes auprès des touristes de la province de TTH. La plupart des touristes étaient contents et coopéraient avec nous, mais pas tous. Ainsi, des touristes domestiques ne se sont pas investis dans le questionnaire car ils se sentaient gênés et étaient surtout assez pessimistes, comme l'indiquent par exemple ces remarques: *«je constate qu'il y a beaucoup d'études sur le tourisme au Vietnam et assez de politiques en faveur de ce domaine mais la promotion touristique reste encore peu efficace*», ou encore : *«les métiers traditionnels de Hué ont retrouvé leur vie à travers les Festivals de Hué mais quand je visite les villages d'artisans, la réalité ne correspond pas totalement à la promotion»*[25].

[25] Extraits des conversations auprès des touristes domestiques lors de la distribution des questionnaires (travail de terrain de 2016 à 2018).

Pour ce qui est des habitants locaux, certains étaient ravis de nous accueillir et nous ont souhaité une belle réussite dans nos recherches. Ils espèrent entrevoir un bel avenir de développement touristique des villages de métiers traditionnels. Certains habitants ont en effet exprimé leurs inquiétudes vis-à-vis de leur métier artisanal, vieux de plusieurs siècles : *«nous attendons toujours de nouvelles politiques d'investissement en matière de finance et de personnel de la part du Service du Tourisme et du Service du Commerce de la province de TTH» ; «le développement du tourisme lié à la mise en valeur et à la conservation des métiers artisanaux est devenu un "slogan vide" ; le développement du tourisme dans ces villages est donc spontané et individuel»*[26].

En ce qui concerne les touristes internationaux, une partie d'entre eux n'était pas du tout intéressée et a refusé de répondre au questionnaire. En revanche, ceux qui ont pris la peine de s'y intéresser et qui nous ont rendu les exemplaires, ont répondu avec beaucoup d'attention. Lors de nos discussions avec eux, ils nous ont fait part l'idée pragmatique pour un meilleur développement du tourisme selon eux. Ces idées, plus ou moins adaptées au contexte local, ont eu l'avantage de toujours nous faire réfléchir à de meilleures propositions de développement.

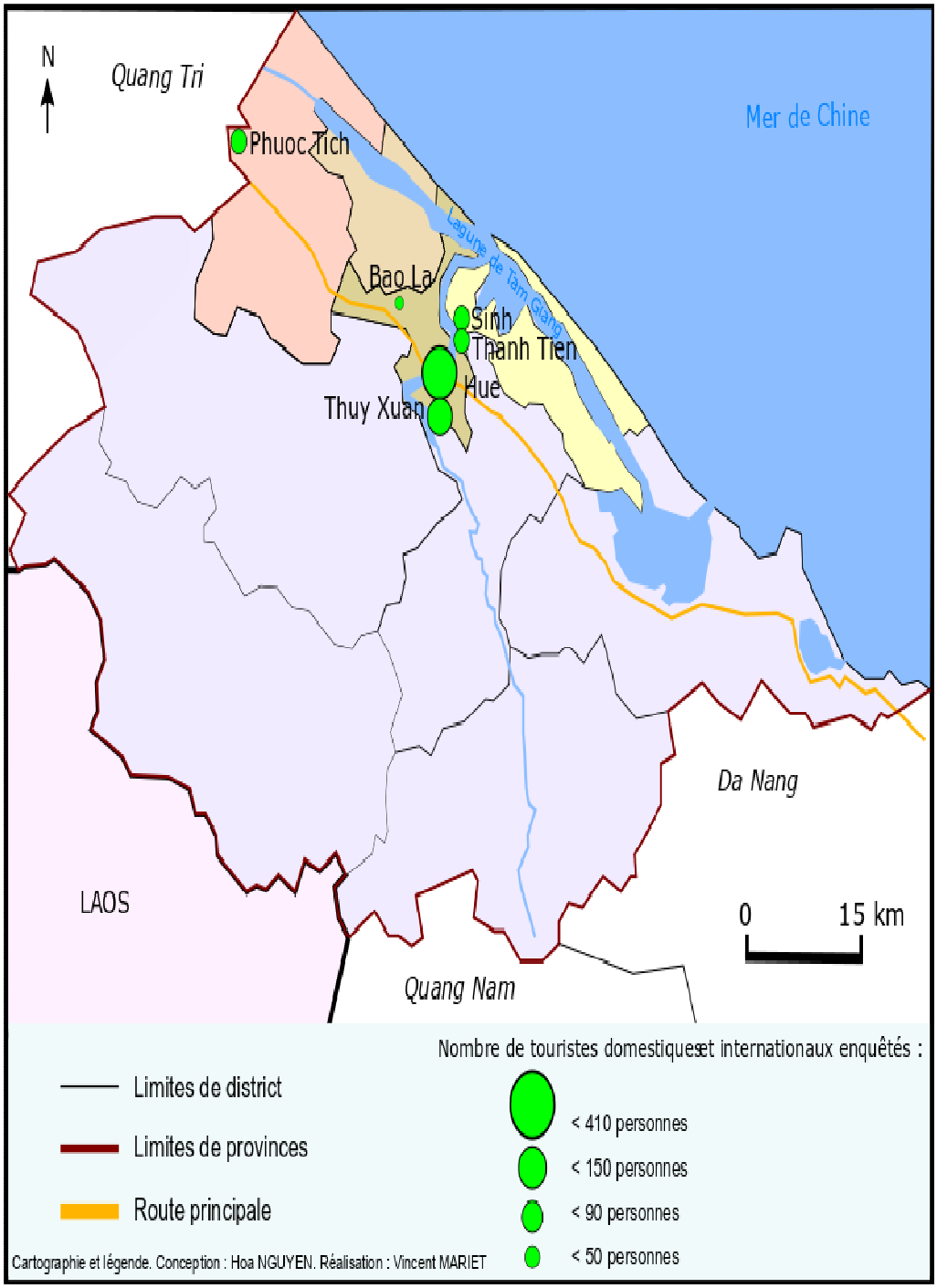
Nous avons réalisé deux questionnaires provisoires et les avons envoyés à un petit échantillon de touristes afin de pouvoir évaluer leur efficacité. D'autres questions plus concrètes sont donc apparues et nous ont aidées à affiner nos interrogations. Nous avons modifié les questionnaires à trois reprises, de façon à ce qu'ils soient plus compréhensibles et exploitables. En ce sens, deux questionnaires définitifs ont été élaborés et rédigés en français, en anglais et en vietnamien. 500 exemplaires ont alors été distribués aux touristes rencontrés dans la ville de Hué et 500 exemplaires diffusés aux touristes des cinq villages de métiers artisanaux. Au final, nous avons collecté en retour les résultats suivants :

Touristes de la ville de Hué : **407 exemplaires**/500 distribués, dont 189 venant des touristes vietnamiens et 218 venant des touristes étrangers.

---

[26] Extraits des conversations auprès des habitants locaux (travail de terrain, juillet 2017 et de février au mai 2018).

Touristes des villages de métiers artisanaux : **422 exemplaires**/500 distribués, dont 86 venant des touristes du village de Phuoc Tich, 45 de Bao La, 78 de Thanh Tien, 71 de Sinh et 142 de Thuy Xuan.



Carte 2 : Nombre de touristes domestiques et internationaux enquêtés au centre-ville de Hué et dans les cinq villages de métiers artisanaux ciblés.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Cette thèse se compose d'une introduction générale, de quatre parties constituées de huit chapitres et d'une conclusion générale. La première partie comprend deux chapitres qui présentent l'histoire des villages étudiés et l'arrivée du tourisme dans ces villages. La deuxième partie qui dévoile les évolutions touristiques sous différents angles, englobe deux chapitres : le premier aborde la prise de conscience du changement de la tendance touristique ; le second s'intéresse à la mutation touristique dans les villages de métiers artisanaux. La troisième partie (chapitres 5 et 6) présente successivement le développement durable du tourisme communautaire local et sa contribution à la création d'emplois pour les autochtones. Enfin, la quatrième partie (chapitres 7 et 8) analyse les défis que pose la situation actuelle. Nous proposons alors quelques réflexions en faveur de l'accélération du développement durable et du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux. Quant à la conclusion générale, elle met en évidence les réponses à la problématique annoncée et indique les nouvelles orientations à prendre, ainsi que les perspectives à long terme du développement touristique des villages de métiers artisanaux.

PARTIE I:

METIERS ARTISANAUX AU VIETNAM:

ORIGINES ET DEVELOPPEMENT

Introduction de la première partie

Afin d'aller plus loin dans le développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux et mieux comprendre la naissance des métiers artisanaux de la province de TTH, il convient au préalable de retourner en amont de l'histoire générale des villages de métiers artisanaux au Vietnam.

En effet, dans un premier temps, nous allons découvrir les caractéristiques des métiers artisanaux afin de mieux comprendre les valeurs culturelles, traditionnelles et identitaires du peuple vietnamien en général. En outre, les représentations artistiques, les coutumes ainsi que le mode de vie sont cachés (ou présentes) dans chaque produit artisanal.

Dans le contexte de l'évolution historique du pays, nous concentrerons notre étude sur l'arrivée des métiers artisanaux dans la province de TTH, dans cinq villages. Il s'agit également de périodes difficiles, lors de la disparition de ces métiers.

Pour faire revivre ces villages de métiers artisanaux, la mise en tourisme devient une étape très importante dans la conservation des valeurs culturelles et la valorisation des savoir-faire.

<u>Chapitre 1</u>: L'influence identitaire et culturelle des métiers artisanaux

I.1.1 Le métier artisanal et l'artisan

I.1.1.1 Le métier artisanal

Selon le professeur vietnamien TRAN, *«le métier artisanal qui se compose des métiers micro-industriels, existe depuis de longues dates dans l'histoire et se transmet de génération en génération. Bien qu'il se soit modernisé grâce aux machines, ce métier respecte des techniques traditionnelles et ses produits représentent surtout les valeurs originales du peuple»*[27].

D'ailleurs, d'après l'équipe de Wikicrea, *«les Métiers d'Art ou "Artisanat d'art" regroupent les activités de création, production, transformation et restauration exercées à titre indépendant, et nécessitant la maîtrise de gestes et de techniques traditionnelles ou innovantes. Les métiers d'Art touchent au travail de la matière, et comportent une dimension artistique importante»*[28].

D'après LEROUX, «*l'artisanat implique une technique et un savoir-faire. La technique, c'est l'ensemble des outils et des moyens qu'il faut maîtriser pour travailler un matériau. Le savoir-faire, c'est tout ce qui s'apprend au fur et à mesure de longues heures de pratique et de réflexions sur son propre travail. C'est une qualité qui prend des années à se bonifier*»[29].

D'après le professeur vietnamien BUI, «*le métier artisanal est la façon de fabriquer à la main avec des outils simples et le sens de la création et d l'esthétique*

---

27 TRAN, Ngoc Them, *Découverte des identités culturelles du Vietnam*, Ho Chi Minh-ville, Editions Hochiminh-ville, 1997.

28 «La liste des Métiers d'Art», dans *Activités artistiques/Artisanat* [en ligne].

URL : https://www.creerentreprise.fr/liste-metiers-artisanat-art-definition/ (visité le 25 janvier 2018).

29 LEROUX, Serge, «Qu'est-ce que l'artisanat ?», dans *Notre terre mère* [en ligne].

URL : https://notreterre.wordpress.com/2009/10/13/artisanat / (visité le 25 janvier 2018).

des artisans»[30]. Selon ce professeur, les métiers vietnamiens classés dans la liste des métiers artisanaux doivent manifester les caractéristiques suivantes :

- Ces métiers existent et se développent depuis des siècles au Vietnam.
- Ils se regroupent pour fabriquer des produits et forment des villages.
- Ces métiers forment des artisans d'élites et des équipes d'employés qualifiés.
- Les techniques et le savoir-faire restent toujours les mêmes.
- On prend les matières premières sur place, ou dans le pays.
- Les produits représentent les valeurs typiques et originales du Vietnam.
- Les produits sont à la fois des objets utilisés dans vie quotidienne et aussi des produits ayant une valeur esthétique, culturelle, et éventuellement deviennent des patrimoines culturels, identitaires du Vietnam.
- C'est un métier exercé qui contribue au développement économique du pays, est pratiqué par une communauté qui gagne sa vie grâce à ce métier.

I.1.1.2 L'artisan

Un artisan est défini dans le *Larousse* comme un: «*Travailleur indépendant, qui justifie d'une qualification professionnelle et d'une immatriculation au répertoire des métiers pour l'exercice, à son propre compte, d'une activité manuelle.* Personne qui pratique un métier manuel selon des normes traditionnelles.»

La définition d'artisan comporte trois éléments clés :

C'est lui qui fabrique intégralement l'objet.

Il utilise un outillage mécanique réduit (travail manuel surtout).

Il ne produit que des objets usuels.

[30] BUI, Van Vuong, *Villages de métiers artisanaux du Vietnam*, Hanoi, 2002.

L'artisan est donc un producteur manuel d'artefacts utilitaires qu'il fabrique lui-même[31]. L'artiste-peintre SOURZAT a exprimé la distinction entre un artisan et un artiste: *«La séparation entre l'artiste et l'artisan n'a pas toujours existé. Initialement, on disait « artisan» tout individu qui pratiquait un art, que ce soit une technique ou un des beaux-arts? Artistes et artisans sont pour les grecs des techniciens, des hommes qui exploitent un savoir-faire technique pour produire un certain type d'objet.*

> *Au XVIIe, l'artisan va se séparer de l'artiste. Le travail artistique suppose des connaissances intellectuelles ou esthétiques. Il ne s'agit pas simplement d'un travail sur le matériau : il y a une dimension plus abstraite. Un peintre, un horloger ou un chimiste sont alors rangés du côté des «artistes».*
>
> *Au XIXe, l'artisan se distingue cette fois de l'ouvrier. Le simple exécutant devient un «ouvrier». L'artisan devient celui qui pratique un art (technique), quel qu'il soit. L'artiste pratique les beaux-arts, l'artisan pratique les autres. Parler d'artisanat évoque de petites quantités et une faible automatisation. On définit l'artisan comme un producteur d'objets matériels utilitaires.*
>
> *Finalement on peut en conclure que, malgré une proximité évidente, l'artiste et l'artisan ont été séparés essentiellement à une certaine époque, à peu près du XVIIIème au XXème siècle, par le critère de la recherche systématique de la beauté. Mais cette différence s'évanouit au XXème siècle avec le surgissement de l'art contemporain. De plus avec l'apparition des objets du design, l'artisan recherche plus que l'utilité quand il créé son objet, il recherche aussi l'esthétique. Si artiste et artisan ne se confondent pas totalement, on ne peut dire aujourd'hui qu'une différence essentielle existante les distingue clairement.*

---

[31] Dictionnaire Larousse.

URL : https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/artisan_artisane/5579 (consulté le 26 janvier 2017)

En résumé, pour moi, je pense que peu importe qu'on soit artiste ou artisan, ou même les deux. Ce qui compte c'est de créer, de partager et transmettre des savoirs, des techniques et savoir-faire de génération en génération, en laissant des traces de notre passage sur la Terre»[32].

I.1.2 Les caractéristiques des villages de métiers artisanaux

D'après l'idée du professeur BUI, le village de métiers artisanaux ne veut pas dire que tous les gens de ce village doivent exercer un seul métier artisanal. Les artisans peuvent travailler dans l'agriculture, l'élevage. Quand on aborde un village de métier artisanal, on met en valeur la qualification de l'artisan, les produits, la technique de la confection et le savoir-faire[33].

Le village de métiers artisanaux est défini comme le centre de fabrication d'objets manuels, regroupe des artisans et beaucoup de familles travaillant dans ce domaine de génération en génération[34]. Les artisans dans ce village aident à travailler ensemble et respectent les normes identitaires du métier. Les artisans transmettent leur savoir-faire aux jeunes générations par l'intermédiaire de la confection des produits artisanaux. Il y a un métier artisanal principal exercé par la plupart des autochtones de génération en génération. Les produits sont à la fois des objets courants et aussi les produits en haute qualité, reconnus dans la société[35].

L'UNESCO a défini les produits artisanaux : *«les produits fabriqués par des artisans, soit entièrement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens*

---

32 SOURZAT, Julie, «Artiste ou artisan», dans *Un Monde à Explorer* [en ligne].

URL : https://lizartistunmondeaexplorer.com/2017/07/28/artiste-ou-artisan/ (consulté le 26 janvier 2017)

33 BUI, Van Vuong, *Villages de métiers artisanaux du Vietnam*, Hanoi, 2002.

34 Ibid.

35 TRAN, Ngoc Them, *Découverte des identités culturelles du Vietnam,* Edition Ho Chi Minh-ville, 1997.

mécaniques, pourvu que la contribution manuelle directe de l'artisan demeure la composante la plus importante du produit fini»[36].

Photo 19 (à gauche) : la confection des bateau (province de Ha Tinh). (© baoxaydung.com, 2017)

Photo 20 (au milieu) : la confection des tapis (province de Nghe An). (© baoxaydung.com, 2017)

Photo 21 (à droite) : la sculpture des statues en pierre (province de Quang Nam). (© dautu.vn, 2017)

Au Vietnam, la région du Nord est connue comme le berceau des villages de métiers artisanaux. A savoir, la province de Hai Duong, de Hung Yen, de Ha Tay, de Bac Ninh, de Nam Dinh, de Ha Nam, de Thai Binh, de Hanoi, etc. Les métiers traditionnels sont réputés tels que la poterie, la bijouterie, la cuivrerie, la sculpture sur bois, le tissage, l'incrustation, la confection des marionnettes, la confection des chapeaux, la confection des cerfs-volants, la confection des éventails, etc. Ces métiers obtiennent une grande notoriété dans le Vietnam. Beaucoup des personnes venant de différentes régions y sont venus pour apprendre le métier. Tantôt certains artisans qualifiés dans la région du Nord quittent leur village pour aller travailler ailleurs.

En effet, on peut trouver les mêmes villages de métiers artisanaux dans les autres régions. Pourtant, en fonction des différentes cultures, des géographies et des civilisations régionales, les produits confectionnés se caractérisent différemment. Au Centre du Vietnam, beaucoup de villages se trouvant au bord de la mer, la fabrication des bateaux est devenue un métier populaire à partir du XIX^{e} siècle. En outre, les villages de tissage, les villages de confection des tapis en bambou, les villages de

---

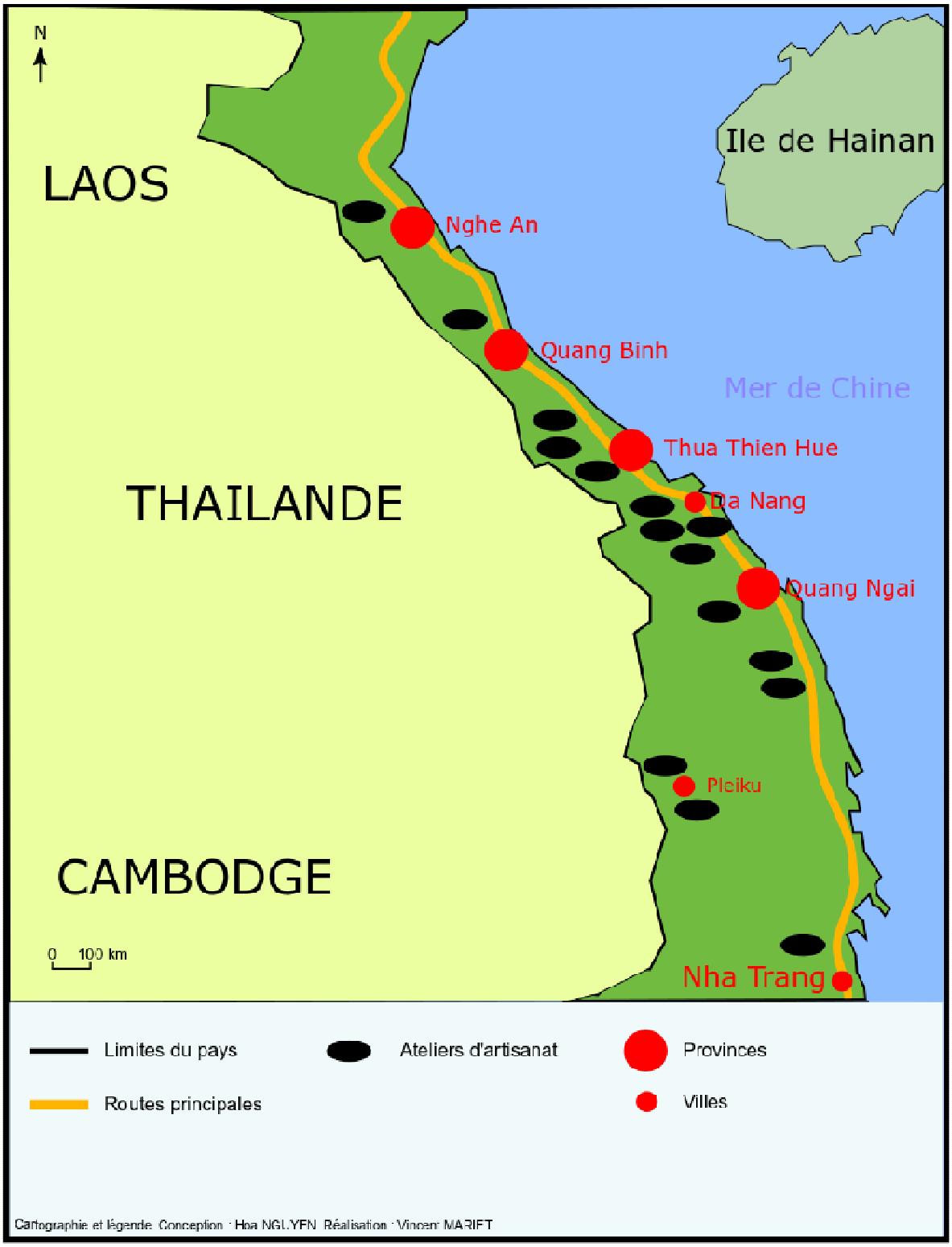
36 « Artisanat ou produits de l'artisanat», dans *Objectifs de développement durable* [en ligne].

URL : http://uis.unesco.org/fr/glossary-term/artisanat-ou-produits-de-lartisanat (consulté le 28 janvier 2017).

confection des chapeaux coniques… sont connus au Centre du Vietnam en raison de la vie culturelle atypique des autochtones.

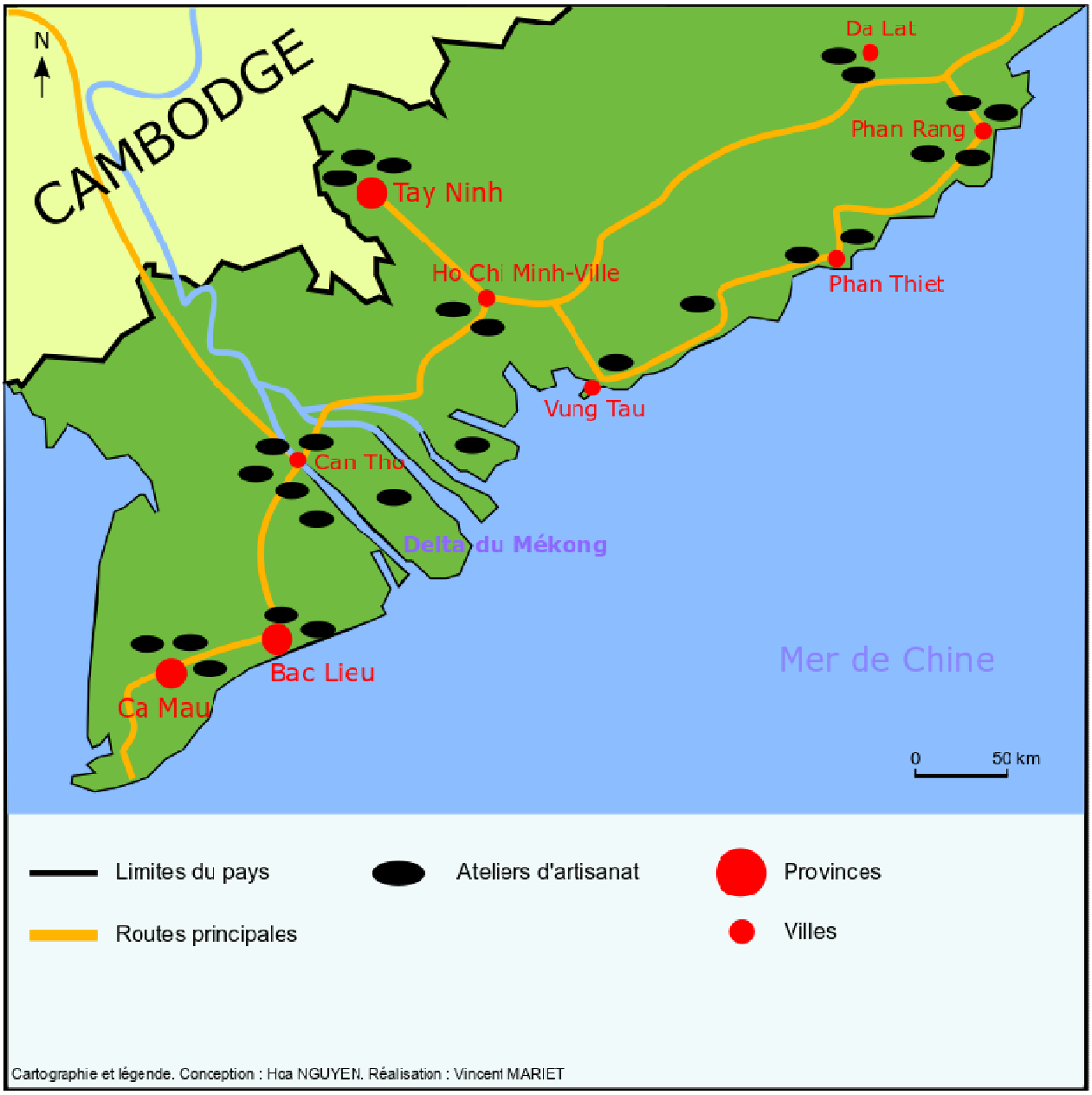
Carte 3 : Villages de métiers artisanaux au Nord du Vietnam.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



Carte 4 : Villages de métiers artisanaux au Centre du Vietnam.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



Carte 5 : Villages de métiers artisanaux au Sud du Vietnam.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)

I.1.2.1 Les éléments influencés dans le développement des villages de métiers artisanaux

- La demande des consommateurs en faveur des produits artisanaux:

Ce critère varie, change et évolue à chaque période de développement du pays. En effet, avant le XXe siècle, il n'y avait pas de machines industrielles, ni de matériaux modernes. Tous les objets étaient confectionnés à la main grâce aux techniques rudimentaires et surtout aux expériences traditionnelles. Les produits artisanaux étaient les seuls choix du peuple[37].

Dans les premières années du XXe siècle, l'industrie a commencé à arriver au Vietnam. Les Français ont apporté des techniques plus modernes. Certains métiers artisanaux ont utilisé des machines dans la finition des produits. On les appelle les métiers semi-artisanaux (moitié artisanal, moitié industriel)[38]. Parallèlement, les produits artisanaux traditionnels de haute qualité, originaux, étaient développés et appréciés par les Vietnamiens et les étrangers occidentaux surtout les Français. Les artisans bien qualifiés étaient envoyés en France pour des formations approfondies, les concours, les expositions et les foires. Donc, c'était la demande de la société de consommation qui rendait ces produits de plus en plus finis ; ces métiers ont été mis en valeur.

- Des artisans et leurs équipes, compétents et qualifiés

On peut confirmer que la qualification des artisans joue le rôle majeur dans l'existence de ces métiers. S'il n'y a pas d'artisans qualifiés, il n'existe pas de villages de métiers, plutôt de villages reconnus. Les bons artisans fabriquent des produits originaux, typiques et précieux. Ces produits peuvent exister (ou perdurer) des siècles, deviennent des vestiges historiques qui marquent l'histoire d'une civilisation, d'une culture, du pays. La confection des produits se caractérise par plusieurs étapes. Chaque personne dans la famille s'occupe de chaque étape de fabrication et de la commercialisation.

---

37 BUI, Van Vuong, *Des villages de métiers artisanaux du Vietnam*, Hanoi, 2002.

38 Ibid.

Photo 22 : Village de poterie de Bat Trang (au Nord du Vietnam) avant 1975 et à l'heure actuelle.

(© dulichvietnam.com)

- Les techniques traditionnelles et les anciennes expériences :

Chaque village possède une technique différente à propos d'un métier : le choix des matières premières, le traitement des matières, la fabrication, la finition des produits et la mise en commerce. Chaque artisan se sert des mêmes techniques mais il les applique différemment. Les produits deviennent originaux et remarquables dans chaque village. Les expériences, le sens esthétique et le talent de chaque artisan impliquent son âme dans ses produits d'où une plus grande variété.

Photo 23 (à gauche) : Le tissage (dans les régions du Delta du Mekong). (© dulichvietnam.com)

Photo 24 (à droite) : La confection des balais (dans les régions du Delta du Mekong). (© dautu.vn)

- Le climat, l'environnement et la géographie des villages :

C'est un critère important qui décide de la durée d'existence et du développement d'un village. Les villages se trouvent soit à côté des endroits de circulation facile soit près des matières premières. Avant le XXe siècle, la circulation routière, les chemins de fer n'étaient pas développés ; le commerce se pratiquait surtout en bateaux[39]. C'est pour cette raison que la plupart des villages se trouvent à côté des rivières afin de faciliter le transport, le commerce des produits.

Dans les premières années du XXe siècle, les Français ont construit le chemin de fer, des routes dans le cadre de leur politique de colonisation[40]. Pourtant, la circulation en bateaux était le moyen important qui jouaient un rôle majeur dans le service de transport du Vietnam à l'époque.

Actuellement, les transports sont variés et développés ; il est plus facile de transporter les matières premières, de se déplacer pour apprendre les nouvelles techniques pour commercialiser les produits. D'ailleurs, cette géographie décide également du transfert des matières premières, du commerce entre des régions et vers des pays étrangers.

En résumé, les quatre éléments ci-dessus sont les conditions majeures afin de pérenniser et développer un village de métier artisanal. Malgré la société en mutation et en modernisation et le changement des opinions (soit positifs, soit négatifs) vis-à-vis des produits artisanaux, ces facteurs sont toujours considérés comme des points essentiels dans le but de maintenir et développer un tel village.

I.1.2.2 Les niveaux de développement des villages de métiers artisanaux

- Les villages qui développement bien et étendent leur influence dans les autres régions:

Les produits répondent bel et bien aux besoins des consommateurs. La demande dans le marché reste stable. Les matières premières sont disponibles.

---

39 BUI, Van Vuong, *Des villages de métiers artisanaux du Vietnam*, Hanoi, 2002.

40 Ibid.

Les caractéristiques de ces types de villages : les artisans sont qualifiés et expérimentés. Ils peuvent confectionner des produits de haute qualité, bien soignés. Ils saisissent vite le changement des besoins chez les consommateurs afin de « mettre à jour » l'utilité et les modèles des produits[41].

Le développement des techniques, les expériences et le sens artistique offrent des opportunités pour élargir la commercialisation des produits. Le grand nombre des produits confectionnés peuvent répondre à la grande demande du marché.

Photo 25 : La pâtisserie traditionnelle.

(© tuoitre.com)

Photo 26 : La confection des produits en bois.

(© tuoitre.com)

- Les villages tiennent leur place mais ne sont pas stables

Les métiers tels que le tissage, la confection des vêtements traditionnels, la confection des produits en cuivre, en bambou, subissent le changement rapide des besoins des consommateurs. Or, la capacité de varier les produits est difficile.

Les caractéristiques de ces villages : il y a des artisans qui confectionnent des produits de haute gamme, de qualité, qui gardent les « anciennes techniques de père en fils ». Pourtant ces types de produits sont très chers et irremplaçables par les produits industriels. Les artisans dans ces types de métiers sont plus âgés et les jeunes générations ne peuvent pas appréhender tous les secrets du métier.

41 TRUONG, Hang et TRUONG, Duy, *La confection des bijoux en argent au village de Dong Xam,* Editions Culture, 1993.

Photo 27 : La confection des stèles en pierre.

(© khamphadulichhue.com)

Photo 28 : La confection des vêtements royaux.

(© khamphadulichhue.com)

- Des difficultés pour les villages mais des opportunités de développement

Ce sont les villages qui ont eu une période de prospérité. Les demandes du marché étaient très grandes. Pourtant, les habitudes de consommation ont été changées au détriment de ces villages. Les artisans ont dû abandonner au fur et à mesure leurs métiers ou parallèlement pratiquer un autre métier pour gagner la vie.

Or, la tendance de la demande de ces types de produits revient petit à petit en ce moment. Ces villages ont la chance de retrouver leur place. Les produits artisanaux dépendent du changement du comportement, de la tendance des consommateurs ainsi que de la mutation des sociétés. A savoir, l'incrustation des objets en cuivre et en pierre, le tissage, la fabrication des produits à base du riz, etc.

Photo 29 : La confection des produits en cuivre.

(© tuoitre.com)

Photo 30 : La fabrication des galettes de riz.

(© thudo.com)

- Les villages se trouvent dans un état d'«agonie» et risquent de disparaître :

Ces villages ont connu des périodes glorieuses. Cependant, les habitudes de consommation changent, les demandes deviennent plus nombreuses. Ces villages ont donc des difficultés à survivre puisque les anciennes habitudes de la société ont changé.

Photo 31 : La confection de «ao dài tu thân». Photo 32 : le tissage du lacet du chapeau «Quai thao»

(© vietbao.com) *(© vietbao.com)*

Le changement des demandes et du marché de consommation influence directement l'existence des villages de métiers artisanaux. Les produits doivent répondre aux besoins des clients, varier les modèles, augmenter l'utilité et l'esthétique des produits. Ils sont obligés également de suivre la tendance sociale afin de pouvoir exister et se développer dans le contexte de la coopération entre les sociétés.

Les métiers de la poterie de Bat Trang, de Dong Nai existent depuis des siècles et se développent encore de nos jours. Cela crée des emplois auprès des villageois, encourage les jeunes générations à prendre conscience de conserver les valeurs traditionnelles de leurs villages et d'hériter ce métier.

I.1.2.3 Les valeurs cachées

L'histoire de l'évolution du Vietnam ainsi que celle de la culture vietnamienne sont liées au développement des métiers artisanaux. Les produits artisanaux sont des objets utilisés dans la vie quotidienne et reflètent la culture sociale, le développement

du pays, le niveau intellectuel du peuple et la diversité des ethnies[42]. En effet, ces types de produits marquent la culture, les traditions de chaque génération. A travers ces objets on peut retrouver les vestiges historiques, les us et coutumes des générations précédentes. Dans l'archéologie, la retrouvaille des anciens objets aident à identifier les époques historiques de l'être humain. Chaque étape de l'évolution du pays marque les différentes mentalités dans la fabrication des produits, la création de l'art, le rythme de vie des habitants, etc. Tout cela montre que les villages de métiers artisanaux ne sont que les usines de fabrication, mais encore l'endroit caché des valeurs culturelles et sociales[43].

- «Une entité vivante» :

Les villages de métiers artisanaux : une «entité vivante»[44]. Ils sont fondés en se basant sur les identités historiques, culturelles et sur les civilisations du peuple. Ils sont vivants grâce à leur production et à leur création.

Par contre, sans fabrication, ces villages seraient «morts» malgré leur nom. La disparition des villages s'expliquent par différentes raisons :

- Leurs produits ne conviennent plus à la demande de la société. Ces produits étaient appropriés et utiles à une certaine époque mais ne sont plus adaptés à la vie courante. Par exemple, le métier de confection des chaussures à Tam Lâm (province de Hai Duong).

- Les produits ne suivent pas le changement des besoins esthétiques et ne sont pas variés ni attirants. Par exemple, la poterie de Huong Canh (commune de Vinh Phuc, Hanoi), les dessins populaires Dông hô (province de Bac Ninh), etc.

Dans les produits artisanaux, les valeurs mentales sont associées avec les valeurs matérielles[45]. Les produits artisanaux vietnamiens impliquent toujours les

---

42 BUI, Van Vuong, et al., *Lang nghe thu cong truyen thong Viet Nam [Les villages de métier artisanaux traditionnels au Vietnam]*, Nxb Van hoa dan toc, Hanoi, 1998.

43 Ibid.

44 NGO, Duc Thinh, *Les régions et leurs cultures au Vietnam*, Paris, Editions Sciences et Sociétés, 1993.

valeurs culturelles, les religions, les croyances, les philosophies du peuple. Ils sont appréciés d'abord sous l'angle de la culture identitaire du peuple et ensuite par les techniques et enfin le prix[46]. L'image des quatre animaux symboliques sacrés «le dragon, la licorne, la tortue et le phénix» (en vietnamien : *long – lân – quy – phung* représentent la chance, la prospérité, la longévité et le sublime) est beaucoup influencée par la confection des produits pour le culte, la décoration dans les pagodes… Ce sont donc les valeurs matérielles mais aussi les implications philosophiques orientales, les croyances populaires.

Photo 33 (à gauche) : Le dragon.

(© vntrip.vn)

Photo 34 (à droite) : La licorne.

(© vntrip.vn)

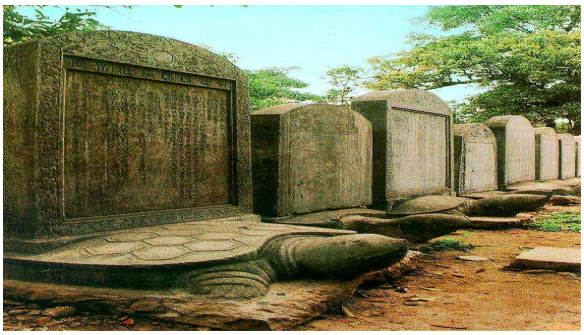


Photo 35 (à gauche à) : La tortue.

(© vntrip.vn)

Photo 36 (à droite) : Le phénix.

(© vntrip.vn)

- La personnalité et la particularité de chaque artisan dans son produit :

---

45 NGO, Duc Thinh, *Les régions et leurs cultures au Vietnam*, Paris, Editions Sciences et Sociétés, 1993.

46 Université de l'Economie nationale du Vietnam, Làng nghê Viêt Nam [*Les métiers traditionnels du Vietnam]*, Hanoi, 2009.

En fonction du climat, l'environnement de chaque région, les matières premières sont différentes. Les expériences, les techniques ainsi que la culture régionale de chaque artisan créent la personnalité à travers les produits.

Photo 37 : La peinture populaire Dông-hô.

(© vntrip.vn)

Photo 38 : La peinture populaire de Sinh.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Les produits artisanaux sont le fruit de techniques qualifiées et du sens de création artistique:

- C'est grâce à cette combinaison que les produits artisanaux manifestent la personnalité, l'unique et l'originalité par rapport aux produits industriels identiques (une production de masse).

- Chaque produit cache des secrets historiques familiaux, des champs d'école d'art, des valeurs régionales.

- Chaque produit est le fruit de travail intellectuel, de savoir-faire de génération en génération.

➢ Les valeurs artistiques et historiques:

A part l'utilité quotidienne, les produits artisanaux apportent des valeurs artistiques et historiques. Les valeurs culturelles identitaires du peuple créent une place dans le marché de commerce ainsi que les échanges interculturels à l'échelle régionale et internationale. Face aux produits industriels moins chers, et variés, les

produits artisanaux trouvent leur place grâce à leurs apports des valeurs artistiques et identitaires. Les clients étrangers peuvent découvrir globalement la culture et les traditions vietnamiennes à travers ces produits artisanaux. Les symboles, les rythmes de vie quotidienne et les religions… sont impliqués dans la confection des produits.

- Le facteur économique des produits artisanaux:

Les produits artisanaux répondent aux besoins d'utilisation dans la vie quotidienne et aussi à l'évolution économique. Afin de pouvoir les commercialiser davantage dans les marchés, ces « marchandises » doivent être améliorées en fonction du changement de consommation des clients, de la tendance de la société. De ce sens, les marchandises apportent le revenu auprès des artisans et développement l'économie du pays.

I.1.3 Les politiques et les institutions du gouvernement dans la gestion des villages de métiers artisanaux

Durant l'époque coloniale, l'Etat féodal et le gouvernement français ont lancé des politiques du développement des productions artisanales[47]. Pendant le règne de LY (1009 – 1225) l'économie du pays était développée grâce à l'abondance des produits artisanaux et agricoles. Les ports de mer au Nord-Est tels que Van Don, Van Ninh étaient ouverts ce qui facilitaient le commerce et les échanges[48]. Les autres ports au centre et au sud commençaient à commercialiser les produits : port de Thuan An (province de Thua Thien Hué), port de Hoi An (province de Quang Nam), port de Phan Thiet (province de Binh Thuan), port de Ben Nghe (Ho-chi-minh ville)… Au XI^{e} siècle, l'empereur encourageait le peuple à élever les vers à soie. Le tissage en soie était très développé et exporté à l'étranger[49].

Les produits artisanaux étaient exportés grâce aux grands ports depuis le règne de Ly. Sous les règnes de Le – Trinh et Tay Son Nguyen Hue (XVIII^{e} siècle), les produits les plus exportés étaient la poterie, les produits en bois, en bambou, en soie et les bijouteries en or, en émeraude, en argent…Les régimes féodaux du Vietnam

47 LE, Quy Don, *Phu bien tap luc [Notes sur les villages],* Paris, Éditions des Sciences sociales, 1964.

48 Université de l'Economie nationale du Vietnam, *Les métiers traditionnels du Vietnam*, Hanoi, 2009.

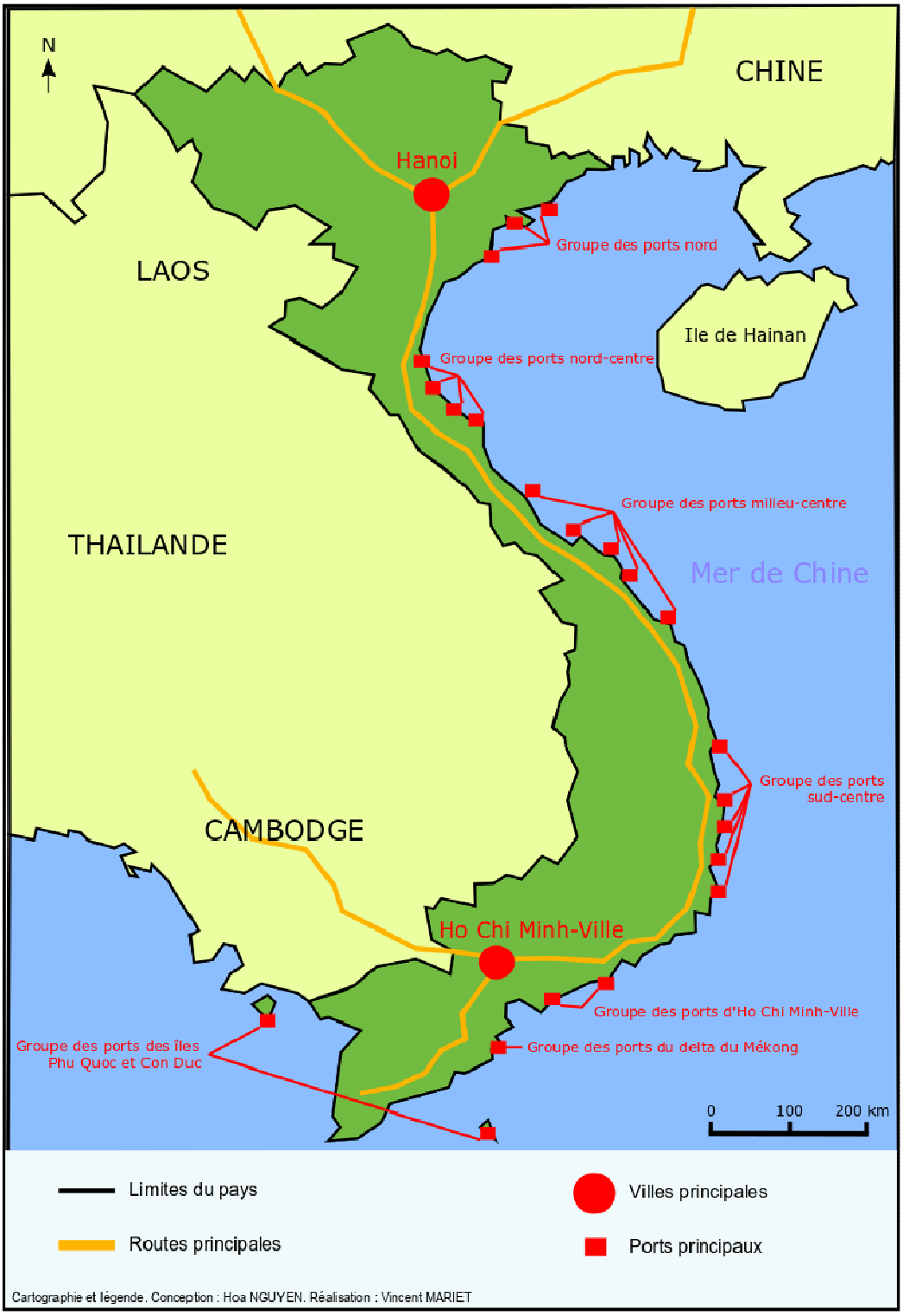
49 Ibid.

géraient la fabrication et l'exportation des produits à travers les politiques des taxes[50]. L'Etat rassemblait les meilleurs artisans du pays et les faisait venir à la capitale pour confectionner des produits de haute qualité.

Au début du XIX[e] siècle, l'empereur Minh Mang (1820-1841) a rassemblé les meilleurs artisans afin d'accélérer la fabrication des produits en cuivre pour la Cité impériale de Hué[51]. Cela a créé le village de cuivre (village de Phuong Duc) très connu dans la province de TTH.

50 Université de l'Economie nationale du Vietnam, *Les métiers traditionnels du Vietnam*, Hanoi, 2009.

51 Ibid.



Carte 6 : Des grands ports en faveur du commerce des produits artisanaux du Vietnam au XIXè siècle.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)

Photo 39 (à gauche) : Le tissage de soie. (© dulichmientrung.vn)

Photo 40 (à droite) : Les neuf urnes dynastiques en cuivre dans la Cité impériale de Hué.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Avec les politiques économiques incluses dans les stratégies de l'exploitation coloniale, les Français en Indochine ont amélioré les métiers artisanaux et les villages de métiers artisanaux dans les années du début XX^{e} siècle[52]. Ils ont organisé des expositions, les foires des produits artisanaux à Hanoi et à Marseille. De ce point de vue, les écoles d'art ont été créées telles que l'Ecole d'Art d'Indochine, l'Ecole d'art pratique de Biên Hoa. Les peintres, les artisans étaient formés correctement. D'autres métiers artistiques sont apparus au Vietnam.

Après l'année 1954, les produits artisanaux obtenaient un grand succès et ont été mis en valeur. Pourtant, l'exportation de masse de ces produits en URSS[53] et dans les pays de l'Est soulevait des menaces pour ces métiers en termes baisse de qualité. Beaucoup de métiers artisanaux qui ne pouvaient pas supporter les politiques de commerce du marché devaient disparaître. Tandis que les autres métiers qui saisissaient bien le changement du comportement de consommation de la société, modifiaient les modèles, ajustaient les techniques. D'où leur existence jusqu'à l'heure actuelle[54].

En 1993, dans la Circulaire du Bureau politique sur les sciences techniques, on a mis l'accent sur «Modernisation des techniques traditionnelles et traditionalisation

---

52 TRAN, Luc, *Lich su Viet Nam - The ky XX [L'histoire du Vietnam - XX^{e} siècle],* Nha xuat ban VHTT, 2005.

53 URSS : Union des Républiques Socialistes Soviétiques.

54 Ibid.

des techniques modernes»[55]. En plus, la loi des Entreprises, la loi d'Investissement, la loi d'exploitation des ressources naturelles et environnementales, la loi civile… ont été mis en place afin de créer l'environnement juridique en faveur de la fabrication et du développement des métiers artisanaux en particulier et les autres activités sociales, économiques, culturelles en général.

Au XX[e] et au début du XXI[e], avec les réformes de la rénovation («**Đổi mới**»)[56], les opportunités d'échanges, de coopérations apportent de nouvelles orientations dans le développement des métiers artisanaux. Les décisions régionales ont été mises en œuvre afin de protéger les artisans et leurs métiers : la mise en valeur de la pérennisation culturelle, historique, esthétique et traditionnelle des produits artisanaux dans les régions et du Vietnam en général.

En faisant une lecture globale dans le contexte des villages de métiers artisanaux du Vietnam, nous en avons retiré deux petites remarques en faveur de la pérennisation des métiers artisanaux[57] :

Primo, l'Etat vietnamien a progressivement proclamé et mis à jour des lois, des Décisions judiciaires, des Circulaires ; dans le but de protéger le droit de travail pour les artisans, de conserver les métiers artisanaux et de favoriser le commerce des produits traditionnels «*made in Vietnam*».

Secundo, dans l'objectif de transmettre les patrimoines immatériels (le savoir-faire) auprès des jeunes générations et de les mettre en valeur dans le contexte de la mutation des sociétés, les administrateurs et les artisans se mettent d'accord avec les

---

55 TRAN, Luc, *Lich su Viet Nam - The ky XX [L'histoire du Vietnam - XIX[e] siècle],* Nha xuat ban VHTT, 2005.

56 «**Đổi (changer) mới (nouveau)**», les réformes de la rénovation ont été officiellement mises en place en 1986.

«Les réformes du **Đổi mới** et l'introduction des mécanismes du marché surviennent à un moment où l'explosition de l'offre de travail, en période de transition démographique, ne peut plus être gérée dans le cadre de rapports de production socialistes» (OUDIN, Xavier, « Le Doi Moi et l'évolution du travail au Vietnam », *Revue Tiers Monde*, Volume 158, 1999).

57 BUI, Van Vuong, et al., *Lang nghe thu cong truyen thong Viet Nam [Les villages de métier artisanaux traditionnels au Vietnam]*, Nxb Van hoa dan toc, Hanoi, 1998.

professionnels du tourisme afin de promouvoir les produits artisanaux à travers les circuits touristiques.

En revanche, nous trouvons également deux grandes difficultés qui sont au détriment des villages de métiers artisanaux en général : Premièrement, la mise en place des objectifs envisagés reste la plupart du temps sur le papier, c'est-à-dire, l'application des stratégies sur le développement du tourisme dans les villages de métiers artisanaux n'est pas très fiable et précis. Les artisans et les habitants locaux attendent des investissements et des politiques plus efficaces. Deuxièmement, le commerce des produits artisanaux et des activités touristiques se déroule de manière spontanée, moins professionnelle. Autrement dit, il manque une occupation principale, une surveillance des administrateurs et des agences de voyages.

Toutes les remarques positives et négatives sur l'ensemble des villages de métiers artisanaux du Vietnam seraient-elles aussi celles rencontrées dans l'étude des cas concrets de la province de TTH ?

<u>Chapitre 2</u> : Les villages de métiers artisanaux de la province de TTH

I.2.1 L'évolution de l'histoire de la province de TTH marque la naissance des villages de métiers artisanaux

En faisant l'étude littéraire dans le cadre de cinq villages de métiers artisanaux de la province de TTH, nous apprenons que la période importante du développement de ces métiers est liée à l'évolution historique de la dynastie Nguyen (1802 – 1945) où régnaient successivement 13 empereurs[58]. Il est notable que beaucoup de très bons artisans étaient rassemblés dans l'ancienne capitale, sous cette période, pour confectionner l'armée, les outils dans la construction, les objets de décoration, les objets dans la vie quotidienne. Certains artisans ne montraient pas leur talent parce qu'ils avaient peur de devenir des artisans-clé pour la cité royale. Ils ne pouvaient pas vendre ces produits aux mandarins, au contraire, ils les leur offraient. Ils préféraient fabriquer des petits objets pour les vendre et gagner de l'argent[59].

A partir du règne de Gia Long[60], les empereurs ont fait réparer des routes, des digues et creuser des rivières afin de faciliter le transport et le commerce des produits artisanaux entre les régions et à l'étranger. Les ateliers de confection des produits artisanaux étaient ouverts davantage. Les formations et les expériences professionnelles se transmettaient entre des générations d'artisans à cette période[61].

Pourtant, sous le règne de l'empereur Thieu Tri[62], le commerce et l'exportation des produits artisanaux ont rencontré des difficultés à cause de la complexité des papiers administratifs[63]. Sous les règnes de Khai Dinh[64] et de Bao Dai[65], les produits

---

58 LE, Quy Don, *Phu bien tap luc [Notes sur les villages],* Paris, Éditions des Sciences sociales, 1964.

59 TRUONG, Huu Quynh, PHAN, Dai Doan, NGUYEN, Canh Minh, *Dai cuong lich su Viet Nam – tap 1 [L'histoire générale du Vietnam – tone1],* Thanh pho Ho Chi Minh, Nha xuat ban Giao duc, 2005.

60 Gia Long : le premier empereur de la dynastie Nguyen (1802 – 1820).

61 Informations provenant des actualités du Musée de l'histoire de la province de Thua Thien Hué, 2019.

62 Thieu Tri : le troisième empereur de la dynastie Nguyen (1841 – 1847).

63 NGUYEN, The Anh, *Kinh te va xa hoi Viet Nam duoi cac vua trieu Nguyen [L'économie et la société du Vietnam sous le règne de la dynastie Nguyen],* Nha xuat ban Van Hoc, 2004.

64 Khai Dinh : le douzième empereur de la dynastie Nguyen (1916 – 1925).

65 Bao Dai : le treizième (le dernier) empereur de la dynastie Nguyen (1926 – 1945).

artisanaux de bonne qualité ont été reconnus et exportés à l'étranger. L'échange des valeurs artisanales était représenté à travers les décorations dans les tombeaux royaux, ainsi que l'inspiration dans la confection des objets royaux.

D'ailleurs, les politiques du développement des villages de métiers artisanaux avaient été mises en place dans le but de commercialiser et d'échanger les produits entre les villages. Les artisans devaient payer des impôts auprès des mandarins à la tête de ce village sous la forme des produits précieux (la soie, le brocard…) ou en argent, en or[66]. Le commerce de produits se cantonnait dans le cadre des familles, des villages. Cela limitait la variété des motifs et les expériences professionnelles. En plus, les artisans qui gagnaient bien leur vie grâce au commerce, n'investissaient pas pour améliorer leurs produits artisanaux, mais s'engageaient plutôt dans l'achat des parcelles agricoles[67].

[66] NGUYEN, The Anh, *Kinh te va xa hoi Viet Nam duoi cac vua trieu Nguyen [L'économie et la société du Vietnam sous le règne de la dynastie Nguyen],* Nha xuat ban Van Hoc, 2004.

[67] NGUYEN, Ha Quynh Dao, «Danh gia tai nguyen du lich nhan van Tinh Thua Thien Hue [Evaluations des opportunités touristiques de la province de Thua Thien Hué]», thèse de doctorat, Ecole normale supérieure de Hochiminh-ville, 2015.

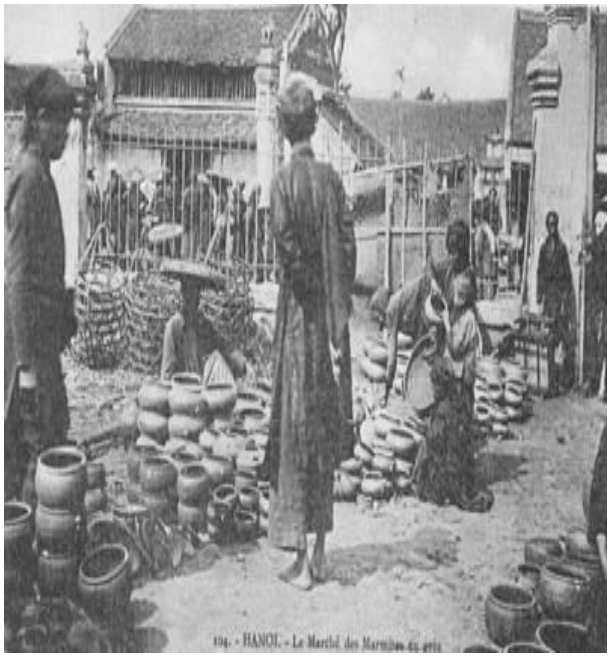
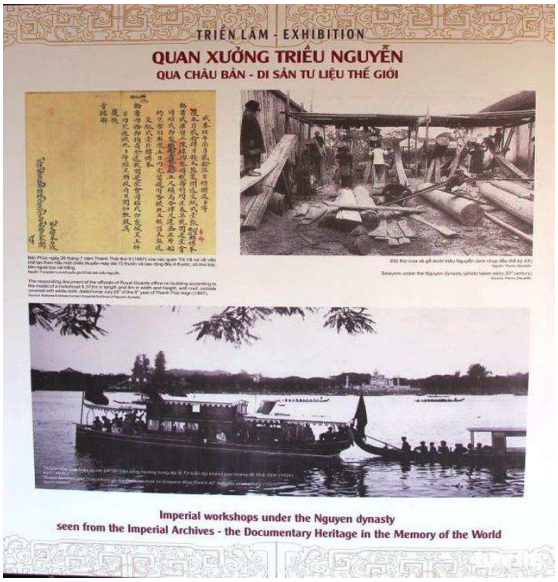


Photo 41 (à gauche) : La peinture sous la dynastie Nguyen. (© Tan Loc NGUYEN)

Photo 42 (à droite) : La poterie sous la dynastie Nguyen. (© Tan Loc NGUYEN)



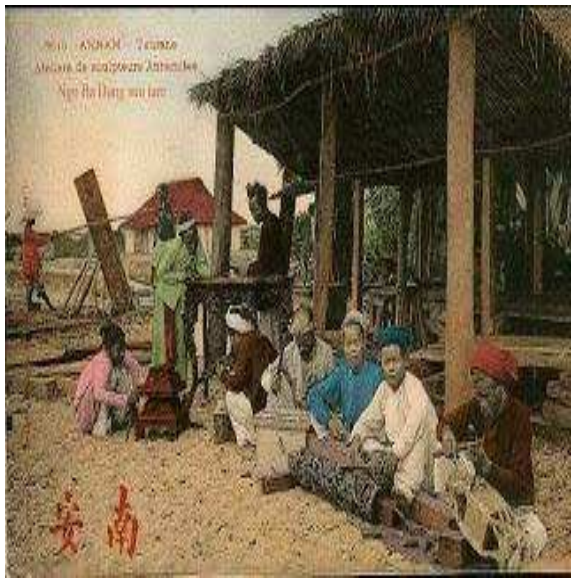


Photo 43 (à gauche) : Un atelier de confection des produits artisanaux sous la dynastie Nguyen. (© Musée de l'histoire de Hué)

Photo 44 (à droite) : L'atelier de la sculpture de bois sous la dynastie Nguyen. (© Ba Dung NGO)

Carte 7: Cinq villages de métiers artisanaux de la province de TTH.

Note : la localisation de cinq villages étudiés dans cette thèse

1. Village de Phuoc Tich (la poterie)
2. Village de Bao La (la vannerie)
3. Village de Sinh (la peinture)
4. Village de Thanh Tien (la confection des fleurs)
5. Village de Thuy Xuan (la confection des bâtons d'encens)

(Source : Hoa NGUYEN, travail du terrain, 2016 à 2018)

I.2.1.1 Village de Thuy Xuan - confection des bâtons d'encens

«*Le bâton d'encens est le lien entre l'âme, les ancêtres et les Esprits. Quand un bâton d'encens brûle, les sentiments respectueux sont envoyés aux Esprits, aux ancêtres*»[68].

Photo 45 (à gauche) : L'artisane confectionne un bâton d'encens. (© khamphadulichhue.com)

Photo 46 (à droite) : L'artisane attache un bouquet de bâtons d'encens. (© mytour.vn)

a. Les bâtons d'encens qui se consument représentent les valeurs éthiques inspirées par le confucianisme (la reconnaissance):

Ce métier est apparu au XIX[e] siècle sous la dynastie Nguyen[69]. Les empereurs ont favorisé la construction des ateliers de confection des bâtons d'encens dans la Cité[70]. C'est un métier simple à pratiquer et intéresse seulement les artisanes. La tradition d'édifier des autels de culte pour mémoriser les ancêtres décédés s'invite dans la vie quotidienne des Vietnamiens en général et des Huéens en particulier. Le proverbe vietnamien «*Uông nuoc nho nguôn. An qua nho ke trông cây*» apprend que quand on boit de l'eau, il faut être reconnaissant des sources d'eau. Quand on mange des fruits, il faut penser aux personnes qui les plantent. L'inspiration confucianiste

68 VU, Thanh Bang, « Nghien cuu ton giao duoi trieu nguyen qua bo kham dinh Dai Nam hoi dien su le [Recherches religieuses sous le règne de la dynastie Nguyen grâce aux archives Dainam hoi dien su le] », volume 11, Nghien cuu ton giao, 2014.

69 « Se retrouver en paix au village de Thuy Xuan à Hué », dans *La culture et le tourisme* [en ligne].

URL : http://khamphahue.com.vn/hue-24h/van-hoa-du-lich/newsid/ (consulté le 30 décembre 2018).

70 Une partie de la queue du bâton d'encens était autrefois peinte de la seule couleur rouge.

dans l'éducation de génération en génération se manifeste dans toutes les activités spirituelles des habitants. Depuis le règne de Gia Long, il y avait des cultes importants tels que «*tê' dan Nam Giao*[71]», «*tê' dan Xa tac*[72]».

Le souverain était considéré comme le fils du Ciel. Il a organisé ces cultes afin de souhaiter et remercier le Ciel et la Terre de donner au peuple la paix, le bonheur, la santé et la nourriture. Ces deux cultes étaient le rite officiel et important de la Cité impériale. En outre, chaque quartier possédait des cultes non-officiels différents. Ces us et coutumes se succèdent jusqu'à l'heure actuelle. Le bâton d'encens brûle, la cérémonie de culte commence. C'est l'âme de la reconnaissance.

Photo 47 (à gauche) : «Cúng tê' dan Nam Giao». (© trangsuvang.com)

Photo 48 (à droite) : «Cúng tê' dan Xa tac». (© trangsuvang.com)

b. Les valeurs culturelles traversent le temps : un pont qui lie la vie sociale et la vie spirituelle:

[71] Cúng tê' dan Nam Giao : «dan Nam Giao» (en vietnamien) se trouve au Sud de la Cité impériale et est l'endroit le plus haut de la cité impériale où se rencontrent le Ciel et la Terre. Ce culte a lieu au printemps de chaque année.

[72] Cúng tê' dan Xa tac: «dan Xa tac» (en vietnamien) se trouve au Nord de la Cité impériale, où le roi a fait construire les remparts (comme les fortifications de Vauban en France) autour de la Cité interdite pour la protéger contre les ennemis. Ce culte a lieu à l'automne de chaque année.

Plus la société devient ouverte et moderne, plus l'homme a besoin de se retrouver dans la vie spirituelle pour s'enfuir du stress et de la pression sociale[73]. La croyance spirituelle oriente les gens vers la religion bouddhiste. Donc, les bâtons d'encens jouent le rôle du matériel d'expression pour que les gens puissent exprimer leur foi. Chaque année, il y a beaucoup de fêtes religieuses et de fêtes de culte. On brûle les bâtons d'encens et on croit que ses pensées et ses souhaits sont envoyés vers le Ciel et vers les morts par l'intermédiaire de la fumée des bâtons d'encens. Les bâtons d'encens lient en effet la partie «corps» et «spirituelle» de l'homme[74]. Ce métier maintient les valeurs spirituelles, traditionnelles, culturelles et éthiques à travers des siècles de l'histoire du pays.

I.2.1.2 Village de Thanh Tien – confection des fleurs en papier

Le métier de la confection des fleurs en papier ayant la forme des « marguerites » existe plus de 300 ans[75].

a. Des fleurs spéciales pour l'autel de culte…

Selon les coutumes des croyances spirituelles, le génie de l'autel de culte dans la cuisine est très sacré et important. Son autel est embelli par deux rameaux[76] de

73 «Se retrouver en paix au village de Thuy Xuan à Hué», dans *La culture et le tourisme* [en ligne].

URL : http://khamphahue.com.vn/hue-24h/van-hoa-du-lich/newsid/ (consulté le 30 décembre 2018).

74 VU, Thanh Bang, «Nghien cuu ton giao duoi trieu nguyen qua bo kham dinh Dai Nam hoi dien su le [Recherches religieuses sous le règne de la dynastie Nguyen grâce aux archives Dai Nam hoi dien su le]», volume 11, Nghien cuu ton giao, 2014.

75 «Fleurs en papier du village de Thanh Tien», dans *Présentation des informations générales* [en ligne].

URL : http://www.hoasengiaythanhtien.com/goi-thieu-lang-hoa-giay-thanh-tien (consulté le 26 mars 2017).

76 Un rameau de fleur en papier : la tige en bambou teinte en vert représente la forme du riz et contient 6-7 fleurs de différentes couleurs et un piment rouge qui sous-entend le souhait d'une bonne récolte.

fleurs en papier[77]. Cette tradition s'est maintenue dans le passé pendant des centaines d'années.

Les habitants de ce village travaillaient principalement dans l'agriculture parce que la confection des fleurs en papier durait seulement un mois par an. En effet, à la fin du mois de novembre de chaque année (selon le calendrier lunaire), tous les gens du village se rassemblaient pour confectionner les fleurs. Ils les vendaient dans les marchés dans la région du Centre du Vietnam. Cette sorte de fleur sert uniquement pour l'autel de culte.

b. … Aux fleurs de décoration

Après 1975, à cause de l'arrivée des fleurs en plastique, les fleurs en papiers étaient moins appréciées. La concurrence entre les fleurs en plastique et en papier décourageait les artisans à poursuivre ce métier parce qu'ils en vendaient beaucoup moins[78].

Actuellement, les gens ont perdu l'habitude de mettre les fleurs en papier sur l'autel de culte dans la cuisine. C'est une tradition mais cela ne concerne que le passé[79]. Les artisans continuent à confectionner ce type de fleur afin de faire les bouquets de décoration. L'artisan fait renaître le rameau de fleurs en lui donnant «une nouvelle raison d'être»[80].

c. Le lotus[81] : une fleur religieuse et de décoration

---

77 Selon les coutumes des Vietnamiens, les papiers de fleurs restent toute l'année sur l'autel de culte de cuisine. Le 23 décembre de chaque année (selon le calendrier lunaire), on amène le génie en terre et le bouquet de fleur en papier devant un temple. On croit que le génie de chaque maison va au Ciel pour faire la synthèse de ce qui s'est passé dans chaque foyer. Le génie protège la famille contre les mauvais esprits. D'après les habitants locaux, les fleurs en papier ne sont pas chères, tiennent longtemps. On peut facilement les brûler à la fin de chaque année (selon le calendrier lunaire).

78 Informations obtenues lors d'entretiens avec les artisans (étude de terrain de 2016 à 2018).

79 Entretien avec M. le peintre Van Huy THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

80 Entretien avec M. Nhat THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017).

81 La fleur de lotus est un emblème du bouddhisme qui représente la sérénité et la vénération du Bouddha.

Face au risque de la disparition de ce métier, le peintre Van Huy THAN a créé la fleur de lotus en papier. Le lotus est à la fois la fleur religieuse et la fleur nationale. Les Huéens mettent les lotus en papier sur l'autel de culte central dans les pagodes et dans les maisons. Les lotus, de différentes couleurs, deviennent une décoration dans les maisons, les hôtels, les centres de soins… «*Les lotus en papier manifestent non seulement l'âme de l'artiste, mais aussi recèlent les valeurs culturelles et religieuses*[82]».

Photo 49 (à gauche) : Les fleurs en papier traditionnelles. (© tuoitre.vn)

Photo 50 (à droite) : Les fleurs de lotus mises sur l'autel de culte. (© Nhat THAN)

Après plus de 40 ans, ce métier revient au village de Thanh Tien. Les familles recommencent le travail : tailler le rotin, teindre les papiers, plier les feuilles… «*Nous sommes très heureux que le lotus ressuscite ce village – c'est-à-dire nous avons retrouvé notre âme perdue depuis un demi-siècle*[83]». Actuellement, on peut trouver les expositions de lotus au village de Thanh Tien, au centre culturel du bouddhisme à Hué. Les fleurs sont également à la vente dans plusieurs librairies du Vietnam.

---

82 Propos de M. le peintre Mau Tuu DANG – membre de l'Association de l'art du Vietnam, recueillis lors d'un entretien par Hoa NGUYEN, 2017.

83 Entretien avec M. Van Hoa NGUYEN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

I.2.1.3 Village de Sinh - peinture folklorique sur le papier de coquille

a. La naissance de la peinture folklorique liée aux croyances superstitieuses:

Ce village a été fondé au XVI[e] siècle[84]. Il était connu pour les jeux populaires dont la lutte de Sinh. Jusqu'au début du XIX[e] siècle (sous la dynastie Nguyen), ce métier a été installé à Hué à cause de l'influence des croyances superstitieuses populaires. Les rites de culte des ancêtres, des esprits appartiennent à la culture typique des Huéens[85]. En sollicitant une bonne chance pour les proches, on dessine un homme remplaçant et on le destine à un Esprit. On pense que quand on brûle ce dessin, ce «remplaçant» emporte les malheurs de la personne qu'on aime. Cette activité de culte a lieu toujours sur les bateaux et on jette des offrandes dans l'eau.

Après 1945, les gens ne s'intéressaient plus aux cultes à cause des guerres[86]. Les habitants ont cherché d'autres métiers pour survivre. Après 1975, ce type de peinture «l'homme remplaçant» devenait de mauvaises superstitions, des mœurs arriérées à cause des politiques contre les croyances[87]. Les peintures ont été soit brûlées soit confisquées par le gouvernement. L'interdiction d'exercer ce métier a obligé les habitants à trouver un autre travail ou à partir ailleurs pour gagner leur vie. Beaucoup de sceaux, d'estampes ont été égarés. Actuellement, le seul artisan Huu Phuoc KY garde encore deux estampes originales en bois datant plus de 150 ans. Il nous a dit «*Afin de garder les sceaux hérités de mes ancêtres, je les ai bien enveloppés dans des sacs en plastique et les ai enterrés dans la terre*».

A partir de 1996, l'Etat vietnamien voulait restituer les métiers artisanaux traditionnels dont la peinture folklorique. Pourtant, il n'y a que M. Huu Phuoc KY qui possède des estampes et souhaite ressusciter ce métier. Il encourage les habitants locaux à reprendre ce travail[88].

b. Les traits de culture locale sont représentés à travers les peintures artisanales:

---

84 Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (Hué, juillet 2017 et mars 2018).

85 Idem.

86 Idem.

87 Idem.

88 Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (Hué, juillet 2017 et mars 2018).

Le sujet de la peinture ne s'arrête pas uniquement à l'homme «remplaçant» comme avant les années 1975. On peut trouver l'inspiration des activités quotidiennes des villageois, la récolte, les fêtes, les femmes aux instruments royaux, la nature, etc. dans les peintures. Les Huéens retrouvent leurs coutumes populaires dans le culte. Ils achètent beaucoup de peintures «homme remplaçant» (pour le culte) et aussi des peintures ayant un sujet plus joyeux et convivial (pour la décoration). «*C'est grâce à M. KY que les habitants locaux retournent vers ce métier. La peinture devient un «label» de ce village. Nous sommes très fiers de notre façon de fabriquer le papier de coquille*[89]».

En bref, comme la signification de son nom «KY» («miracle»), son amour, sa passion et sa reconnaissance envers les ancêtres, donnent une deuxième vie à cette peinture originale.

Photo 51 (à gauche) : La lutte populaire de Sinh. (© Hoa NGUYEN, 2017)

Photo 52 (à droite) : L'homme «remplaçant» pour les vivants dans le culte («hinh nhân thê mang» en vietnamien). (© Hoa NGUYEN, 2017)

I.2.1.4 Village de Phuoc Tich - Anciennes maisons-jardins traditionnelles qui se dégradent et poterie à l'«agonie»

a. La naissance du village et le changement de noms dans le passé:

L'ancien village de Phuoc Tich a été fondé au XV^e^ siècle[90]. C'était aussi la période où les empereurs de l'Etat Dai Viet[91] ont élargi leur territoire vers le Sud.

89 Entretien avec M. Dat NGUYEN, artisan du village de Sinh (Hué, juillet 2017 et mars 2018).

90 LE, Quy Don, *Phu bien tap luc [Notes sur les villages],* Paris, Éditions des Sciences sociales, 1964.

91 Etat Dai Viet a existé pendant plusieurs périodes : 1054 - 1400 et 1428 – 1805.

Sous le règne de Le Thanh Tôn[92] (Etat Dai Viet), Minh-Hung HOANG -le chef de la province de Nghe An[93] a gagné contre l'Etat de Chiêm Thành[94]. Il a constaté que le terrain à côté de la rivière d'O Lâu était très bien situé selon le Feng shui[95]. Il a décidé d'y fonder un village. Le premier nom de ce village était Phuc Giang[96]. Après, sous le règne de Tây Son, ce village a été renommé «Hoang Giang»[97] dans le but d'être reconnaissant envers le fondateur de ce village. Sous la dynastie Nguyen, l'empereur Gia Long a changé le nom de ce village pour «Phuoc Tich»[98].

Comme abordé dans le premier chapitre, la géographie d'une région influence beaucoup à la décision d'installation d'un village. En effet, attiré par un paysage pittoresque, ce territoire, près de la rivière d'O Lâu, favorise la circulation en bateau des marchandises entre les différentes régions.

92 L'empereur Lê Thanh Tôn, sous l'Etat de Dai Viet, régnait de l'an 1460 à l'an 1497.

93 La province de Nghê An se trouve à 320 km du Nord de la province de Thua Thien Hué.

94 Les parties du Centre et Sud-Centre du Vietnam actuel faisaient partis de l'Etat de Chiêm Thành (un autre nom de l'Etat de Champa) (875-1695).

95 Le Feng shui («phong thuy» en vietnamien) c'est-à-dire le vent et l'eau : c'est la connaissance des influences terrestres ou des lois naturelles. Elle permet de déterminer les conditions les plus favorables pour édifier soit un palais, soit un monument, soit un tombeau, soit une maison. (NGUYEN, Huong Hue, 2003).

96 Phuc Giang : c'est un lieu près de l'eau apportant de la chance et du bonheur (selon la signification vietnamienne).

97 Village de Hoang Giang : «hoang» est le nom du fondateur de ce village (M. Minh Hung HOANG) ; «giang» veut dire «la rivière». Ce village est entouré par la rivière d'O Lâu.

98 «Phuoc Tich» c'est-à-dire «bénédictions accumulées» (selon la signification vietnamienne).

Photo 53: Le village de Phuoc Tich, entouré par la rivière d'O Lâu, pris en photographie en 1975.

(© inconnu)

b. L'ancienne maison-jardin traditionnelle en bois («Nhà rường» en vietnamien):

«La maison-jardin est considérée comme une entité organique, un monde étroitement lié à la vie humaine à la nature, c'est le lieu de la vie émotionnelle, de l'esprit, de la pensée, de la noblesse, c'est le lieu du plaisir sophistiqué pour se détendre et profiter d'un patrimoine rempli du souvenir des générations d'ancêtres jusqu'aux descendants[99]». La maison-jardin traditionnelle de Hué est l'espace matériel et immatériel des valeurs culturelles de chaque famille et de chaque communauté de l'ancienne capitale[100].

99 NGUYEN, Thi Huong Hue, «Habiter le patrimoine : la maison-jardin à Hué», thèse de doctorat, Bordeaux, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2013.

100 PHAN, Thuan An, *Kinh thanh Hué [La Cité impériale de Hué]*, Hué, Nxb Hoi Nha Van, 1997.

Photo 54 et 55 : Les anciennes maisons-jardins traditionnelles en bois prises à l'extérieur et à l'intérieur.

(© Hoa NGUYEN, 2017)

Le village est reconnu comme vestige national en 2009[101]. Ses anciens monuments présentent une architecture spéciale et leur histoire date de plusieurs siècles[102]: 30 anciennes maisons-jardins traditionnelles en bois[103] et l'ancien temple. De fines sculptures (fleurs, plantes, animaux orientaux) en bois ornent les poutres des charpentes. Les autels de culte et les tables de salon sont en bois de jacquier. Les maisons sont entourées par des jardins luxuriants : des fruitiers (tels que les jacquiers, les bananiers, les longaniers, les figuiers, les manguiers, etc.) et des plantes aromatiques (coriandre, menthe, ciboulette, tia-tô, gingembre,…) qui servent beaucoup dans la cuisine locale.

---

101 «Phuoc Tich : le deuxième plus ancien village du Vietnam», dans *Culture* [en ligne].

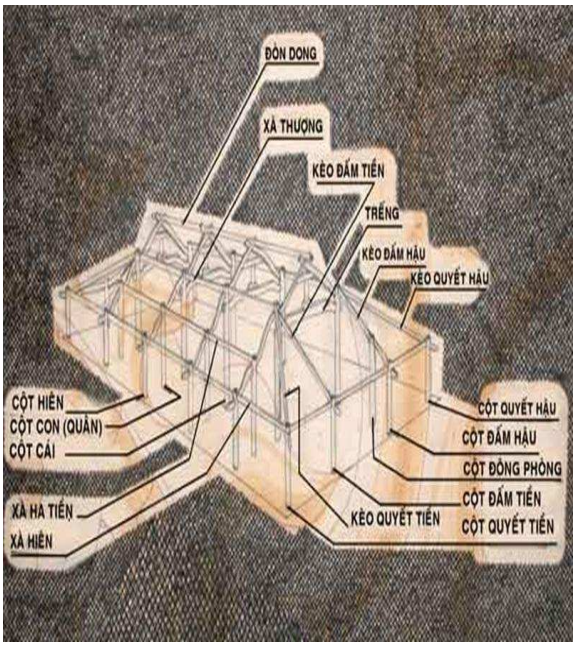
URL : http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Van-hoa/211092/ngoi-lang-c7893;-th7913;-hai-c7911;a-vi7879;t-nam (consulté le février 2018).

102 Entretien avec M. Hong Thang NGUYEN, chef du comité de gestion des vestiges architecturaux et artistiques du village de Phuoc Tich (Hué, juin 2017).

103 La Maison-jardin traditionnelle en bois se compose de trois grandes parties et de deux parties secondaires. Les trois parties centrales sont l'endroit le plus sacré de la maison : l'autel de culte des ancêtres, le salon et les chambres pour les hommes de la famille. Les deux parties secondaires sont l'endroit où dorment les femmes et les enfants. Les poutres de la maison sont sculptées de motifs très variés : plantes, fleurs, oiseaux, animaux…

✓ *Le Feng-shui dans les maisons-jardins :*

«La maison-jardin devait être divisée en deux «sens» : maison et jardin. C'est un univers en miniature, une reproduction en petite taille de l'exploitation de l'univers. L'homme est un élément de l'univers, l'habitat est aussi un élément de l'univers dont le jardin est l'espace de vie. La géomancie dans la conception de la maison-jardin demande le vent et l'eau(…). La maison-jardin est la forme matérielle de l'œuvre produite selon le Principe et le Souffle. Les veines du sol, les rivières en assurent la jonction. (…) Le principe et le souffle sont à la base du fonctionnement de l'univers comme de l'homme, de la maison ou de la communauté qui en sont des « satellites ». Le principe est ce que nous pouvons sentir, toucher, saisir (…). En architecture, le Souffle appelé « đia truong » (domaine de fonctionnement de la veine du sol) est représenté dans des formes physiques telles que les rivières, les reliefs. Le mouvement ne s'arrête pas à l'environnement extérieur ; il se poursuit dans la maison qui en est la continuation, exprimant le principe mâle et le principe femelle[104]*».*



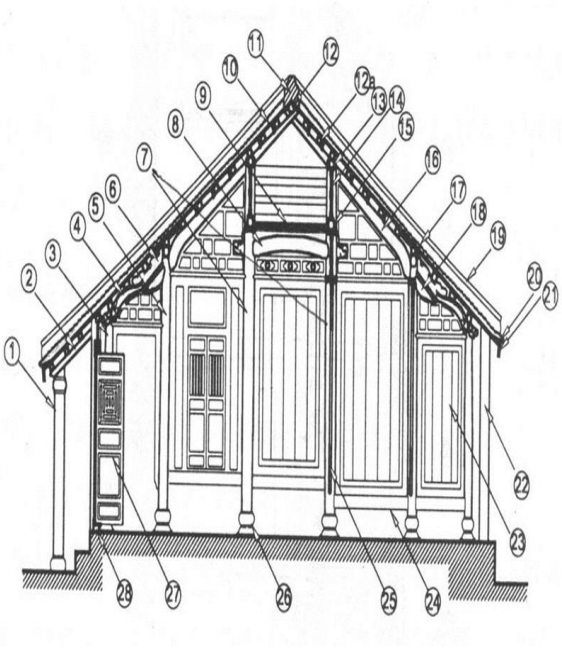


Photo 56 et 57: La construction d'une maison traditionnelle en bois. Les principaux pivots dans la maison de trois pièces principales et 2 pièces secondaires. (© angcova.vn)

[104] NGUYEN, Thi Huong Hue, «Habiter le patrimoine : la maison-jardin à Hué», thèse de doctorat, Bordeaux, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2013.

✓ La dégradation des maisons traditionnelles :

Après les périodes des guerres, les maisons traditionnelles sont gravement dégradées. Les toits et les charpentes commencent à être déformés. «*Ma maison a été léguée en héritage après 5 générations, plus de 200 ans. Elle est dans un état nettement dégradé. La maison est inondée pendant la saison des pluies et très chaude pendant la saison d'été. Nous n'avons pas de moyens financiers ni de connaissances sur la construction des maisons traditionnelles afin de la faire rénover*[105]». «*Il est difficile de vivre en sécurité dans cette maison car on ne sait pas quand elle va s'effondrer. Nous sommes toujours inquiets. C'est la maison reçue en héritage de mes arrière-grands-parents*[106]».

Selon nos études du terrain dans ce village, la maison de Mme Hen NGUYEN (âgée de 95 ans) est dans la liste des maisons les plus dégradées. D'après M. Cong Binh VAN[107] : «*Parmi les 37 anciennes maisons en mauvais état, 10 maisons sont dans l'état le plus grave. Nous avons lancé des projets d'investissement de rénovation des anciennes maisons mais le budget reste toujours modeste. C'est notre grand défi. C'est aussi une question de sécurité en faveur des propriétaires de ces maisons*». Par conséquent, l'état de dégradation des anciennes maisons, dans un premier temps, menace la sécurité des propriétaires; dans un second temps provoque le risque de la disparition des vestiges historiques de ce village.

✓ La rénovation des maisons traditionnelles :

D'après les informations de la Division de gestion des maisons traditionnelles du village de Phuoc Tich[108], on a achevé de rénover les 5 anciennes maisons jusqu'à

---

105 Entretien avec M. Phong LUONG, habitant du village de Phuoc Tich (Hué, février 2017).

106 Entretien avec Mme. Hoa LE, habitante du village de Phuoc Tich (Hué, février 2017).

107 Entretien avec M. Cong Binh VAN, vice- président du Comité populaire de la commune de Phong Dien (Hué, juin 2017 et mars 2018).

108 «Finalisation de la rénovation de 5 maisons traditionnelles au village de Phuoc Tich», dans *Informations culturelles [en ligne].*

URL : http://baothuathienhue.vn/hoan-thanh-trung-tu-cai-tao-5-nha-ruong-co-o-phuoc-tich-a61992.html (consulté le 02 octobre 2018). Les 5 maisons sont à la propiétaire de M. Thanh Yen HO, Mme Thu TRUONG, Mme Thi LE, M. Trong Dao LE et M. Trong Kiem LE.

l'heure actuelle. L'investissement est issu du projet de l'Etat «les politiques d'investissement, de conservation et de valorisation des maisons-jardins traditionnelles typiques de Hué». Ce budget de rénovation s'élève à 3,6 milliards de vn dong (l'équivalent de 133.000 €)[109]. «*Les propriétaires sont satisfaits et touchés car leurs maisons sont rénovées et sécurisées. Cependant, la liste des maisons en rénovation reste encore longue. Nous espérons qu'il y aura d'autres projets d'investissement pour les autres maisons*[110]».

Photo 58 et 59 : Les maisons traditionnelles en bois en rénovation au village de Phuoc Tich. (©Hong Ha)

c. Métier de poterie:

✓ Des produits de qualité dédiés aux empereurs… :

Le village de Phuoc Tich situé près de la rivière d'O Lau, commune de Phong Hoa, district de Phong Dien, est connu pour son métier artisanal «la poterie»[111]. La géologie (la terre fertile, l'argile noire) favorise les productions de la poterie que sont les pots, les vases, les ustensiles de cuisine, la théière, les pots de cuisson du riz…

---

109 «Finalisation de la rénovation de 5 maisons traditionnelles au village de Phuoc Tich», dans *Informations culturelles [en ligne].*

URL : http://baothuathienhue.vn/hoan-thanh-trung-tu-cai-tao-5-nha-ruong-co-o-phuoc-tich-a61992.html (consulté le 02 octobre 2018).

110 Entretien avec M. Quyet Thang DOAN, vice-Directeur de la Division de gestion des maisons traditionnelles du village de Phuoc Tich (étude de terrain de 2016 à 2018).

111 «L'ancien village de Phuoc Tich : une toile de peinture du Vietnam», dans *L'architecture du Vietnam* [en ligne].

*URL :*http://designs.vn/tin-tuc/lang-co-phuoc-tich-thua-thien-hue-dep-nhu-buc-tranh-co-viet-nam_14683.html#.XbH-zVUzbIU (consulté le 25 octobre 2017).

Les empereurs conviaient des artisans de tout le pays à venir à la cité impériale pour confectionner de meilleurs produits. En effet, comme lors des autres périodes de règne (au Nord du Vietnam) que nous avons abordé dans le premier chapitre, les meilleurs artisans s'installaient aux environs des cités impériales. Les artisans de poterie de Phuoc Tich fabriquaient des objets de haute qualité dédiés aux empereurs. Ils en faisaient commerce et s'en servaient dans la vie quotidienne. Les pots de cuisson du riz pour les empereurs étaient très connus sous la dynastie Nguyen. Après sortis du four à bois, les pots de cuisson du riz devenaient couleur rouge foncée. C'était la période de prospérité du village grâce à la production de poterie connue dans toute la région (il y avait plus de 10 fours en activité en continuité)[112].

Photo 60 et 61 : Pots de cuisson du riz pour les empereurs sous la dynastie Nguyen «om ngự» (en vietnamien). *(© Viet Anh TRAN)*

✓ … Au métier à l'« agonie » :

De 1900 à 1968, la poterie marquait provisoirement une discontinuité à cause des guerres. Après 1975, l'arrivée des simili-poteries et les produits en plastiques a progressivement «tué» le fonctionnement des fours à poterie faute de concurrence. A partir de 1989 jusqu'en 1995, la poterie de Phuoc Tich ne fonctionnait plus et connaissait le «creux de la vague»[113].

---

112 «Tourisme au village de Phuoc Tich», dans *Tourisme* [en ligne].

URL : http://khamphahue.com.vn/du-lich/theo-chan-du-khach/tid/Du-lich-lang-co-Phuoc-Tich-tiem-nang-va-trien-vong/newsid/D0D64BEF-5DF5-41DA-BD48-16CB70876428/cid/4EE56146-D26C-4783-898F-0EC4FA9BC944 (consulté le 11 mars 2018).

113 «Tourisme au village de Phuoc Tich», dans *Tourisme* [en ligne].

D'après les entretiens que nous avons menés, il apparaît que 90% de la population de Phuoc Tich exercent actuellement une profession libérale[114]. En fait, après avoir abandonné la poterie, les successeurs de ce métier devaient chercher un autre travail pour gagner leur vie (l'agriculture, l'élevage, les services de réparation de moto…). Le revenu des personnages âgées restant dans ce village n'étant ni élevé ni stable, les jeunes générations partent donc travailler ailleurs et notamment dans les grandes villes où se trouvent les meilleures rémunérations[115]. Finalement, la population de ce village est très vieille. La poterie est délaissée par les jeunes générations puisqu'elle n'a pas de succès dans le commerce.

I.2.1.5 Village de Bao La - la vannerie

a. Les objets quotidiens sous le règne de la dynastie Nguyen (1802-1945):

La confection des produits en bambou et en rotin existe depuis l'époque féodale de la dynastie Nguyen. Ces produits sont liés à la tradition et à la culture des villages du Vietnam en général et à TTH en particulier[116]. Ce village est connu pour la qualité de ses bambous. Les produits en bambou sont les passoires, les baguettes, le lit, les tables, les outils agricoles, etc. Les matières premières sont faciles à trouver aux alentours du village. Les meilleurs artisans étaient convoqués dans la cité interdite afin de confectionner des objets pour la famille royale.

b. L'arrivée des produits en plastique:

URL : http://khamphahue.com.vn/du-lich/theo-chan-du-khach/tid/Du-lich-lang-co-Phuoc-Tich-tiem-nang-va-trien-vong/newsid/D0D64BEF-5DF5-41DA-BD48-16CB70876428/cid/4EE56146-D26C-4783-898F-0EC4FA9BC944 (consulté le 11 mars 2018).

114 Informations obtenues lors des entretiens menés auprès des artisans du village de Phuoc Tich (travail de terrain, décembre 2016, juillet 2017 et février 2018).

115 Informations obtenues lors des entretiens menés auprès des artisans du village de Phuoc Tich (travail de terrain de 2016 à 2018). Leurs habitants gagnent en moyenne de 50€ - 120€ par mois (selon la déclaration des habitants). Alors que dans les grandes villes du Vietnam, le revenu de leurs enfants varie entre 150€ - 350€.

116 TRAN, Luc, *Lich su Viet Nam - The ky XX [L'histoire du Vietnam - XX^e siècle],* Nha xuat ban VHTT, 2005.

Après 1985, l'arrivée des objets en plastique engendre une forte concurrence avec les produits artisanaux (couleurs, modèles, prix…)[117]. C'était la période difficile de la vannerie dans ce village. Beaucoup d'artisans ont abandonné leur métier et se sont engagés dans l'agriculture et la pêche. Hors des saisons de récolte, les femmes n'ont pas eu de travail. Elles se sont rassemblées pour fabriquer des objets quotidiens en bavardant. 380 ménages de ce village exercent actuellement ce métier à temps partiel[118].

c. La spécialisation des produits:

L'échange des objets quotidiens ouvre l'idée de spécialisation des produits, à savoir : le quartier de Cho, confection de petites passoires ; le quartier de Dong, confection de passoires plates ; le quartier de Chua, confection des outils agricoles ; le quartier de Hop, confection de profondes passoires ; le quartier de Dinh, confection de grandes passoires; le quartier de Cau, confection d'outils de construction. Pourtant, le travail principal lors de cette période était la pêche puisque ce village se trouve près de la lagune de Tam Giang[119].

d. La naissance de la Coopérative de la vannerie Bao La («Hop tac xa dan lat Bao La» en vietnamien) en 2007:

Parmi les 380 foyers de ce village, 126 ménages œuvrent dans cette Coopérative[120]. 90 % des employés sont des femmes[121]. Suite à l'inspiration de 6 modèles de produits proposés par un spécialiste de l'Organisation européenne du commerce, les artisans en ont créé actuellement plus de 60[122]. Les produits sont bien soignés et présentés dans les expositions régionales, nationales et internationales. Le défi pour ce métier est d'élargir le marché de commerce, d'impliquer davantage les

---

117 Entretiens avec M. Chuc VO, vice-président de la Coopérative de Bao La (travail de terrain, février 2018).

118 Idem.

119 Idem.

120 Idem.

121 Idem.

122 Entretiens avec M. Van Dinh VO, président de la Coopérative de Bao La (travail de terrain, février 2018).

habitants locaux à travailler à plein temps et de varier davantage les modèles pour qu'ils soient plus attirants. Le manque de promotion est également une faiblesse qui limite la connaissance des produits auprès des Vietnamiens ainsi que des touristes étrangers[123].

Photo 62 (à gauche) : Les artisans confectionnent les passoires. (© Hoa NGUYEN, 2016)

Photo 63 (à droite) : La femme taille les parties de bambou. (© Hong Quan)

I.2.2 Le contexte actuel des villages de métiers dans la province de TTH

I.2.2.1 Vue générale

«Établie comme capitale du Viet Nam unifié en 1802, Huê a été non seulement le centre politique mais aussi le centre culturel et religieux pendant la domination de la dynastie Nguyên, la dernière dynastie royale de l'histoire vietnamienne qui régnait de 1802 à 1945. La rivière des Parfums serpente à travers la cité impériale, la cité pourpre interdite et la cité intérieure ajoutant la beauté de la nature à cette capitale féodale unique[124]». En outre, Hué est connue pour ses tombeaux royaux, les temples et les pagodes. Les patrimoines immatériels tels que le chant royal «Nha Nhac cung dinh[125]» et le savoir-faire (les métiers artisanaux), ainsi que la variété de la nature (la mer, les montagnes, les collines, les lagunes) rendent le

[123] Entretiens avec M. Van Dinh VO, président de la Coopérative de Bao La (travail de terrain, février 2018).

[124] «Ensemble de monuments de Hué», dans *La liste du Patrimoine mondial* [en ligne]. URL :https://whc.unesco.org/fr/list/678/ (consulté le 18 janvier 2017).

[125] Chant royal «Nha nhac cung dinh Hué» existe depuis le XIIIè siècle sous la dynastie NGUYEN, a été reconnu par l'UNESCO comme le patrimoine immatériel mondial en 2003. (Service du Tourisme de la province de TTH, 2005).

«dessin touristique» historique et culturel plus animé, varié et attirant. En effet, le secteur touristique est un des vecteurs le plus importants du développement économique de la province de TTH[126]. Depuis 2015, le tourisme et les services représentent plus de 51 % de l'économie de la province[127]. Ces activités ont apporté plus de 16.000 emplois depuis l'année 2017[128].

Afin d'atteindre les objectifs de l'accélération du processus «industrialisation-modernisation» auprès des régions rurales, d'augmenter la capacité de production, de créer davantage d'emplois auprès des gens locaux et de conserver les identités culturelles régionales, les villages de métiers artisanaux sont placés en priorité dans la réalisation de ces actions[129]. En effet, l'économie des métiers artisanaux représente 15% de la structure économique des régions rurales de la province de TTH depuis l'année 2016[130]. La province de TTH se compose donc d'une ville et de 8 districts[131]. Selon les statistiques du Service du Tourisme en 2015, il y a 32 métiers et groupes de métiers répartis dans la ville et tous les districts de la province. On note la présence

---

126 Entretiens avec M. Dung NGUYEN, Vice – président du Comité populaire de la province de TTH (Hué, décembre 2016 et février 2018).

127 Rapport du «Projet de la mise en place des programmes de pointe du développement du tourisme et des services de la province de Thua Thien Hué en 2019», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 208/KH-UBND, 2018.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Ke-hoach-208-KH-UBND-2018-Chuong-trinh-trong-diem-phat-trien-du-lich-dich-vu-Hue-2019-403475.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

128 Idem.

129 Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

130 Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

131 TRAN, Viet Luc, «Les informations clés des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué», *Argumentaire administratif*, Hué, Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2007.

de 95 villages de métiers **dont 69 villages de métiers artisanaux**, 8 villages micro-industrialisés et 18 nouveaux villages[132].

Nom des districts de la province de TTH	Nombre des villages de métiers	**Nombre des villages de *métiers artisanaux***
1. La ville de Hué	3	**2**
2. District de Phong Dien	21	**14**
3. District de Quang Dien	10	**7**
4. District de Huong Tra	11	**10**
5. District de Phu Vang	13	**12**
6. District de Huong Thuy	13	**7**
7. District de Phu Loc	8	**8**
8. District de Nam Dong	7	**0**
9. District d'A Luoi	9	**9**
Total	95	**69**

Tableau 1 : Nombre des villages de métiers artisanaux répartis dans la province de TTH en 2016.
(Source : Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué)

69 villages de métiers artisanaux représentent 72,63 % ; 8 villages de métiers micro-industrialisés 8,42 % ; 18 nouveaux villages de métiers 18,95 %, du total des métiers de la province.

[132] Idem.

Nom des groupes de métiers	Evaluation du fonctionnement selon le nombre de villages de métiers		
	Bien	***Moyen***	***Pas bien***
1. La confection des produits en cuivre	1	1	-
2. La confection des produits en bois, en pierre de haute qualité	3	4	-
3. Les productions alimentaires	6	11	2
4. La confection des briques et de la poterie	1	1	1
5. La confection des chapeaux et des balais en paille	1	33	4
6. La forge et la confection des objets en métal	-	2	2
7. La sculpture	-	4	-
8. La confection des fleurs en papier et la peinture	-	2	-
9. La broderie	-	2	-
10. Le tissage	-	8	5
11. La fabrication de l'huile essentielle	-	1	
Total	**12**	**69**	**14**

Tableau 2 : Evaluation du fonctionnement des activités des groupes des métiers.
(Source : Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2016)

En regardant ce tableau 2, on apprend que 72,63 % des villages (soit 69 villages de métiers) sont moyennement évalués au regard de leurs activités économiques (par exemple, la confection des chapeaux et des balais en paille, soit 33 villages). En général, les productions alimentaires (les produits à base de riz, la pâtisserie traditionnelle, les épices régionales) sont en tête dans l'évaluation économique. Les habitants peuvent donc vivre et gagner correctement leur vie.

I.2.2.2 Les critères de classement des villages de métiers artisanaux

- ✓ En termes d'histoire de la fondation des villages :
    - Villages de métiers traditionnels
    - Villages de nouveaux métiers
- ✓ En termes de domaines de fabrication :
    - Villages micro-industriels : le tissage, la poterie, la vannerie, la sculpture…
    - Villages de mécanique : fabrication des outils de la pêche, de l'agriculture…
    - Villages de matériaux de construction : fabrication des briques, du fer…
    - Village d'alimentation : fabrication des vermicelles, de la pâtisserie…
- ✓ En termes d'activités de commerce :
    - Villages mono-métier : les artisans fabriquent et vendent un seul type de produit.
    - Village multi-métiers : les artisans exercent à la fois un métier artisanal et l'agriculture pour mieux gagner leur vie.

Actuellement, parmi les 69 villages de métiers artisanaux, il n'y a que quelques dizaines villages de métiers artisanaux (soit 13 %)[133] qui participent au

[133] Entretiens avec M. Luc TRAN, Responsable des Stratégies et du développement du Tourisme de la province de TTH (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

développement du tourisme dont les 5 villages traités dans l'étude de cas de cette thèse.

La province de TTH a proclamé la Décision Numéro 1698/2006/QĐ-UBND, le 14 juillet 2006, en ce qui concerne les critères de classement des villages de métiers artisanaux[134]. En se basant sur cette Décision, les villages de métiers artisanaux doivent répondre aux cinq critères suivants :

- Les produits confectionnés doivent être conformes à la liste d'aménagement du développement des produits artisanaux de la province de TTH.

- Au cours de la production, il faut respecter l'environnement, protéger la biodiversité et le paysage de la région.

- Les villages doivent être gérés par les services du Comité populaire de la province.

- Il y a au moins 30 ménages et 100 artisans qui exercent ce métier.

- Le revenu issu du commerce des produits artisanaux doit occuper 10 % du PIB total du village.

Photo 64 : Quelques métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué. (© dulichmientrung.com)

134 Décision des «Critères du classement des villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 1698/2006/QĐ-UBND, 2006.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1698-2006-QD-UBND-Quy-dinh-tam-thoi-tieu-chuan-lang-nghe-147925.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

I.2.3 La «fragile» renaissance de ces villages grâce à l'arrivée du tourisme

En se basant sur les repères historiques mentionnés précédemment, cela montre que les métiers artisanaux étaient en activité jusqu'en 1945. Ensuite, ces métiers ont éprouvé des difficultés au cours des guerres. Après la fin de la guerre dans la province de Binh Tri Thien en 1975 et sa séparation en 1989[135], la province de TTH a difficilement dû surmonter les dégâts de la guerre. Les villages de métiers artisanaux semblaient « paralysés » car les habitants n'ont pu gagner leur vie par l'intermédiaire de ces métiers. Beaucoup de métiers artisanaux ont disparu. Certains étaient à l'«agonie» du fait que les habitants les exerçaient en tant que travail saisonnier. «*Je suis vraiment triste car il n'y avait presque personne voulant continuer à fabriquer le papier de coquillage. Je frappais à la porte de chaque maison pour encourager les gens à reprendre/apprendre ce métier. C'est un métier hérité de plusieurs générations. C'était des moments très difficiles de l'après-guerre[136]*».

Dans le cas du village de Thanh Tien, le travail temporaire apporte peu de revenu aux habitants. «*Nous n'avons pas pu abandonner notre métier traditionnel : la confection des fleurs en papier. Pourtant, le métier ne dure qu'un seul mois par an, avant la fête du Têt[137]. Donc, les jeunes générations perdent la volonté de poursuivre ce métier[138]*».

Ainsi, les villages de métiers artisanaux ont plus ou moins disparu. Pourtant, la volonté de valoriser et de conserver ces métiers artisanaux encourage les Huéens à trouver des solutions urgentes. Les valeurs culturelles, identitaires et traditionnelles d'une région, d'un peuple doivent être sauvegardées et se poursuivent de génération en génération. Il faut par conséquent rendre la fierté des habitants envers leurs

---

135 La province de Binh Tri Thien se composait de trois provinces : Quang Binh, Quang Tri et Thua Thien (1975 – 1989). Depuis la séparation de ces trois provinces en 1989, la dernière province est appelée Thua Thien Hué.

136 Entretien avec M.Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (travail de terrain, février 2018).

137 La fête du Têt : le nouvel an vietnamien (selon le calendrier lunaire).

138 Entretien avec M. Huong NGUYEN, habitante du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin 2017).

métiers traditionnels en faisant la promotion de leurs produits. Quand les touristes apprécient leur savoir-faire, cela les encourage à découvrir les régions locales et à s'approcher des habitants afin de mieux comprendre leurs traditions. C'est le tourisme qui aide les métiers artisanaux à renaître.

I.2.3.1 Les événements culturels et touristiques d'importance en faveur de la promotion des villages de métiers artisanaux

Si le Service du tourisme du Vietnam a été fondé le 5 juin 1951 au sein de la République du Vietnam (sud), il ne l'a été que le 9 juillet 1960 dans la République démocratique du Vietnam (nord)[139]. Dans le cas de la province de TTH, les événements touristiques sont internationalement reconnus à partir de 1993, lorsque l'ensemble des monuments historiques de Hué a été inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO. C'est un grand honneur ouvrant des opportunités favorables pour le développement touristique.

Le premier Festival de Hué en 2000 s'est donné trois objectifs : permettre aux Vietnamiens d'assurer eux-mêmes la pérennité du festival, développer un tourisme culturel de qualité et impliquer la population lors de cette manifestation en lui permettant de découvrir la production artistique contemporaine française[140]. En 2003, le patrimoine immatériel des « chants royaux de Hué » («Nha nhac cung dinh Hué» en vietnamien) a été reconnu par l'Unesco[141]. Cet évènement confirme encore une fois les potentialités touristiques culturelles de Hué. En 2005, le premier Festival des métiers artisanaux de Hué a été organisé dans l'objectif de valoriser les métiers artisanaux et de les promouvoir en les combinant avec le tourisme. C'est un élan important pour les villages de métiers artisanaux en général et pour le tourisme en

139 «Le tourisme du Vietnam – 55 ans de fondation et de développement», dans *Label touristique* [en ligne].

URL : http://www.baodulich.net.vn/Du-lich-Viet-Nam-hanh-trinh-55-nam-thanh-lap-va-phat-trien-03-5688.html (consulté le 22 décembre 2017).

140 Entretiens avec M.Dung NGUYEN, vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué (Hué, juillet 2018).

141 «Chants royaux de Hué – patrimoine immatériel culturel mondial», dans *Patrimoine immatériel* [en ligne].

URL : http://huefestival.com/index.php?cat_id=118&id=759#.XbNrCJIzbIU (consulté le 26 janvier 2017).

particulier. L'année 2019 est marquée par le 8è Festival des métiers (organisés en alternance avec le Festival de Hué).

Ce sont ainsi les grands évènements culturels et touristiques qui favorisent, dans un premier temps, l'augmentation du nombre de touristes et de l'économie touristique de la province de TTH. Dans un second temps, ils contribuent à la promotion de l'élite des métiers artisanaux. C'est donc cette première démarche qui permet aux touristes de découvrir les villages de métiers artisanaux en tant que nouvelle destination touristique.

I.2.3.2 L'évolution du nombre de touristes et du chiffre d'affaires du tourisme de la province de TTH

Comme abordé ci-dessus, les événements de l'année 1993[142] ont posé un repère pour TTH en ce qui concerne la mise en place d'un secteur touristique.

Année	**1995**	**2000**	**2005**	**2008**
Nombre total de touristes (touristes domestiques et internationaux) à TTH (personnes)	277.400	470.000	1.050.000	1.680.000

Tableau 3 : Nombre total de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 1995 à 2008.

(Source : Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2010)

[142] L'ensemble des monuments historiques de Hué a été reconnu par l'Unesco en tant que patrimoine mondial en 1993.

Année	Touristes domestiques		Touristes internationaux	
	Nombre	*%*	*Nombre*	*%*
2000	275.000	58.51	195.000	41.49
2001	328.000	59.52	232.500	41.48
2002	391.000	59.97	272.000	41.03
2003	400.040	65.58	210.000	34.42
2004	500.000	65.79	260.000	34.21
2005	681.000	64.86	369.000	35.14
2006	794.000	65.55	436.000	35.44
2007	851.200	57.18	666.590	43.92
2008	889.250	52.93	790.75000	47.07

Tableau 4: Détail du nombre de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 2000 à 2008.

(Source : Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2010)

En regardant le tableau ci-dessus, le nombre de touristes domestiques est supérieur à celui venant de l'étranger. Pendant la période 2000 – 2008, le premier augmente plutôt régulièrement tandis que le deuxième varie en fonction des facteurs sociaux (les épidémies, les dégâts naturels…).

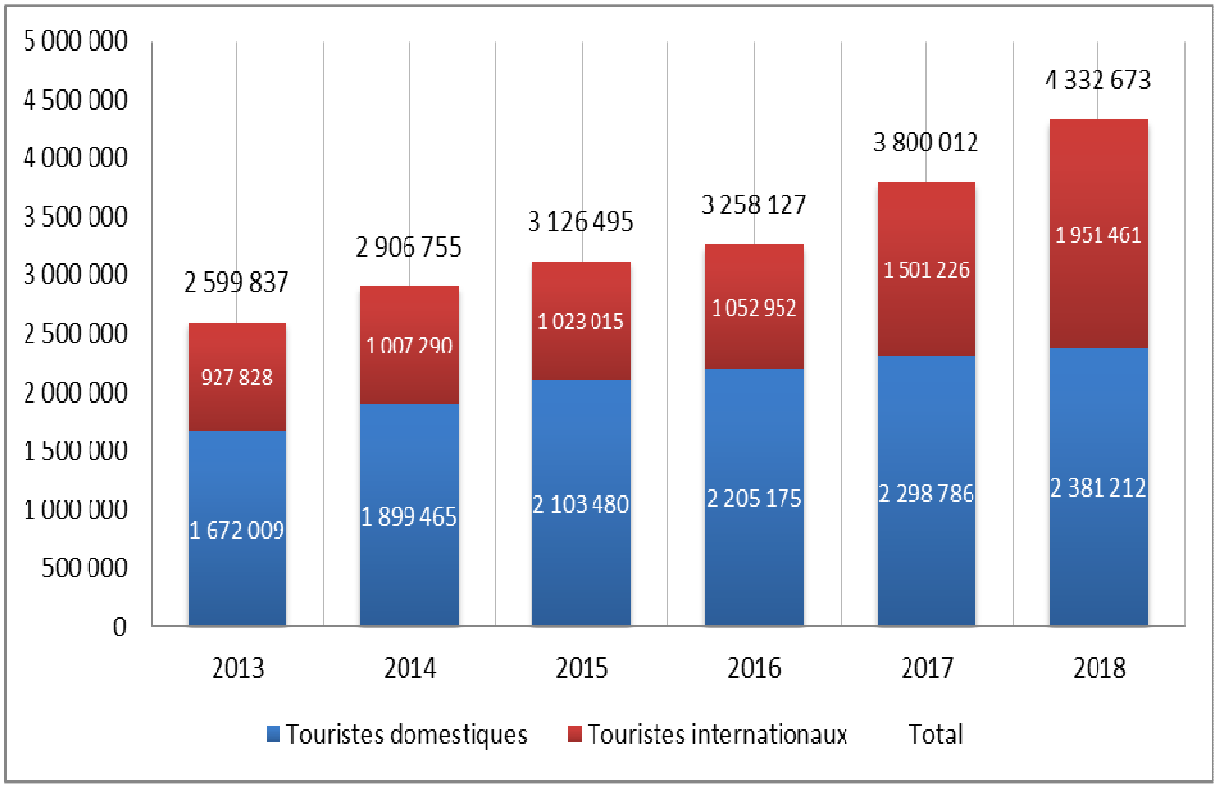


Tableau 5: Détail du nombre de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 2013 à 2018.

(Source : Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2019. Graphique élaboré par Hoa NGUYEN, 2019.)

En observant les tableaux 3, 4 et 5 ci-dessus, nous remarquons que dans la première phase (1995 – 2008), le nombre de touristes (domestiques et internationaux) se développait faiblement et que le nombre de touristes domestiques était supérieur à celui venant de l'étranger. Dans la deuxième phase (2013 – 2018), nous constatons que le nombre de touristes internationaux et domestiques a successivement augmenté. Comme dans la première phase, le nombre de touristes vietnamiens est plus élevé que celui venant de l'étranger. Pourtant, ce décalage est rattrapé au fur et à mesure à partir de 2017. Ces dernières années, le nombre des touristes étrangers a plus nettement augmenté. Ce résultat fait suite aux succès des Festivals, ce qui confirme le label de «ville de Festival» de Hué. Ce sont donc ces grands événements qui ont attiré les touristes.

D'après les résultats des interviews effectués auprès des habitants locaux et les responsables du tourisme de ces villages, réalisés en 2017, nous avons retenu

qu' «*avant l'an 2000, il n'y avait pas de touristes dans le village*[143]». En fait, les touristes ont sélectionné les circuits traditionnels quand ils sont venus à Hué où se trouvent les monuments historiques et religieux connus. Durant cette période, les métiers artisanaux étaient «oubliés» faute de finance et d'investissement dans la restauration des villages artisanaux.

Lors de l'organisation des trois premiers Festivals (en 2000, 2002 et 2004), le thème de leurs programmes portait notamment sur la valorisation des patrimoines historiques de Hué. C'est pour cette raison que les métiers artisanaux n'étaient pas le sujet ciblé dans les circuits touristiques. En outre, le tourisme étant alors peu développé dans ces villages, leurs administrateurs locaux n'ont donc pas officiellement comptabilisé le nombre de touristes. Il faut ajouter que nous avons fait beaucoup d'efforts dans l'approche des habitants (dont les artisans) ainsi que des responsables des villages étudiés, afin de comprendre le contexte actuel le plus précisément possible en termes de mise en tourisme.

On peut confirmer que grâce aux Festivals de métiers artisanaux, depuis 2005, les artisans peuvent espérer faire renaître leurs métiers[144]. Les touristes ont commencé à s'intéresser à la découverte des métiers artisanaux car à partir du quatrième Festival (en 2006) et des Festivals de métiers artisanaux, l'accent a été mis sur les produits artisanaux. La réalité montre que le nombre de touristes étrangers est plus nombreux que celui des Vietnamiens aux villages de métiers artisanaux même si ces derniers occupent la plus grande part du nombre total de touristes de la province de TTH (tableaux 4 et 5). «*Nous vendons plus de circuits touristiques de découverte des métiers artisanaux aux étrangers qu'aux Vietnamiens. Les premiers apprécient la découverte de la vie authentique des villageois et leur travail quotidien*[145]». Selon les responsables des villages, avant d'envoyer les touristes vers les villages, les agences de voyages téléphonent en avance aux propriétaires ou aux responsables du

143 Entretien avec Mme. Hen NGUYEN, âgée de 50 ans, habitante du village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

144 Entretien avec M. Thang DOAN, âgé de 47 ans, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017).

145 Entretien avec Mme.Lanh NGUYEN, âgée de 39 ans, employée de Huong Giang Travel (travail de terrain, juin et juillet 2017).

tourisme de chaque village afin de mettre en accord le programme et les horaires. «*Nous n'accueillons pas beaucoup de touristes, environ 20 personnes par semaine. Néanmoins, les mois de pluie, ce chiffre diminue beaucoup*[146]». Au village de Bao La, la situation était encore pire. «Le village a accueilli environ une dizaine de touristes par semaine. La plupart était des passagers qui sont venus visiter pendant une heure. Très peu de personnes ont acheté des produits locaux[147]» Notre grande remarque sur le contexte touristique des villages de métiers de 2004 à 2010 est que même si le chiffre d'affaires touristique de la province de TTH s'est positivement amélioré, ce n'est cependant pas le cas pour les villages étudiés.

Année	**Chiffre d'affaires du tourisme (milliards de vnd)**
2004	375
2005	393
2006	456
2007	592
2008	732
2009	734
2010	844

Tableau 6 : Chiffre d'affaires du tourisme de la province de Thua Thien Hué de 2004 à 2010.

(Source : Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, 2011)

146 Entretien avec M. Te HO, âgé de 47 ans, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017 et février 2018).

147 Entretien avec Mme. Tu NGUYEN, âgée de 45 ans, habitante du village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

Année	Chiffre d'affaire des services (milliard de vnd)
2011	1.000
2012	1.120
2013	1.207
2014	1.417
2015	1.338
2016	1.360
2017	1.425

Tableau 7 : Chiffre d'affaires du tourisme de la province de Thua Thien Hué de 2011 à 2017.

(Source : Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, 2018)

A partir de 2011, le chiffre d'affaires généré par le tourisme et les services augmente nettement par rapport aux années précédentes. Le nombre de touristes des trois dernières années (2015, 2016 et 2017) montre notamment que le tourisme est l'économie de pointe de la province.

En effet, en 2016, le nombre de touristes s'est élevé à 3.258.127 ; il augmente plus de 12 % par rapport à l'année précédente. Son chiffre d'affaires était de 4.583 milliards de vnd (environ 177 millions d'euros)[148].

En 2017, le nombre de touristes était de 3.800.012, en augmentation de 16.63 % par rapport à l'année 2016. Le chiffre d'affaires du tourisme était de 3.520 milliards de vnd (environ 136 millions d'euros)[149].

En 2018, le nombre de touristes était de 4.332.673 touristes, soit 14 % de plus par rapport à l'année précédente. Son chiffre d'affaires a atteint 4.473 milliards de vnd (environ 172 millions d'euros)[150].

Au fil du temps, le nombre de touristes de la province de TTH a augmenté.

148 Tableau 5,6 et 7.

149 Idem.

150 Idem.

Cela engendre une accélération du nombre de touristes dans les villages de métiers artisanaux. Selon les résultats de nos entretiens réalisés en 2018, le responsable du département des stratégies du tourisme de la province de TTH a annoncé que le pourcentage des touristes dans les villages de métiers artisanaux a augmenté de plus 12 %[151]. En effet, au village de Phuoc Tich, au cours des trois dernières années, on accueille en moyenne 50 - 65 personnes par semaine, sans compter les grands groupes[152]. Il y a environ un groupe de 15 - 20 personnes par mois (en haute saison[153]). « *Aux mois de basse saison, c'est rare de voir les touristes dans ce village*[154] ». Le pourcentage d'étrangers est plus élevé que celui des touristes domestiques.

Au village de Bao La, les touristes viennent plutôt en groupe de 4 à 35 personnes et sont les passagers des circuits du tourisme communautaire à la lagune de Tam-Giang. Avant de retourner à la ville de Hué, les touristes passent au village de Bao La pour visiter l'atelier artisanal et acheter ses produits.

Pour le cas de Thanh Tien, le nombre de touristes étrangers augmente davantage. Ce village accueille les groupes de 5 à 40 personnes[155]. D'ailleurs, les groupes d'étudiants dans les villes du Vietnam s'intéressent à ce village pour découvrir ce type de métier dans le cadre de leurs études ou de leurs recherches universitaires.

Le village de Sinh accueille notamment 40 personnes par semaine[156]. Le problème majeur est qu'il n'y a pas beaucoup d'activités touristiques dans ce village.

---

151 Entretien avec M. Luc TRAN, responsable du département des stratégies du tourisme de la province de TTH (Hué, juin et juillet 2017, février 2018).

152 Entretien avec M. Te HO, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

153 Idem. (La haute saison touristique à Hué : les mois d'avril, mai, juin, juillet, août, septembre)

154 Idem.

155 Entretien avec Mlle. Mai NGO, artisane du village de Thanh Tien (travail de terrain, juillet 2017).

156 Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (travail de terrain, juillet 2017 et février 2018).

Le dernier village, Thuy Xuan, bien situé à proximité des grands monuments historiques de Hué, reçoit beaucoup de touristes internationaux et domestiques qui visitent les tombeaux royaux, les temples, les pagodes et les parcs[157]. On peut dire que ce village possède plus d'avantages en termes d'accueil des touristes : la localisation, les activités aux alentours.

Ainsi, la province de TTH note une évolution exponentielle du nombre de touristes domestiques et internationaux depuis les dernières années. Cela engendre une augmentation légère en termes du nombre de touristes dans les villages de métiers artisanaux. À partir de 2005, les grands Festivals et les circuits touristiques organisés par les agences de voyage ont favorisé la promotion des métiers artisanaux et le développement touristique. Cependant, le chiffre d'affaires de ces villages reste encore modeste.

I.2.3.3 La participation des Départements administratifs et des professionnels du tourisme en faveur de la création d'emplois aux autochtones

Selon les politiques touristiques lancées par le Service du tourisme de la province, «il faudrait mettre l'accent sur le développement des métiers artisanaux traditionnels en les associant au développement du tourisme dans le but de sauvegarder l'identité historique, de revaloriser les valeurs culturelles traditionnelles de Hué»[158].

Grâce aux prestigieux patrimoines, historiques et culturels de Hué, les circuits touristiques culturels deviennent incontournables. Les produits artisanaux font s'impliquer les valeurs culturelles, spirituelles, historiques des habitants et de la région. En dehors des opportunités touristiques, les services administratifs ont lancé des projets d'investissements en matière de finance et de personnel dans les villages

---

157 Entretien avec Mme. Lam TRAN, artisane du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juillet 2017 et février 2018). Les artisans donnent les informations par estimation.

158 Rapport du «Projet de la mise en place des programmes de pointe du développement du tourisme et des services de la province de Thua Thien Hué en 2019», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 208/KH-UBND, 2018.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Ke-hoach-208-KH-UBND-2018-Chuong-trinh-trong-diem-phat-trien-du-lich-dich-vu-Hue-2019-403475.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

de métiers artisanaux. En effet, selon M.Dung NGUYEN- vice –président du Comité populaire de la province de TTH, le Comité populaire a dépensé plus de 14 milliards de vnd (environ 538 000 euros) dans la production des produits artisanaux et dans le développement d'infrastructures de ces villages pour la période 2012 – 2017[159]. Il est d'ailleurs envisagé la création de plus de 1.000 emplois dans ces villages.

L'Association du tourisme de la province de TTH s'est mis d'accord avec le Service du tourisme afin d'organiser des expositions touristiques à Hanoi, à Hochiminh-ville et à Da Nang. Les grandes foires du tourisme ont eu lieu à Singapour, en Angleterre et au Japon. En outre, les grands échanges avec les associations de Framtrip, de Presstrip, de Hanoi et de Ho Chi Minh-ville aident à promouvoir l'image touristique de la province en général et des villages de métiers artisanaux en particulier.

Le Service du tourisme de TTH crée des liens de coopérations avec celui des provinces de Quang Binh, de Quang Tri pour faire un grand circuit ayant pour thème «les vestiges historiques du Centre». «Trois provinces – une destination» est le thème d'un autre grand circuit qui lie les trois provinces : TTH – Da Nang – Quang Nam[160]. Les formations, en faveur des professionnels du tourisme et en faveur des habitants locaux qui souhaitent travailler dans ce domaine, sont organisées chaque année dans l'espoir d'augmenter le nombre de professionnels plus qualifiés dans le tourisme et les services.

Chaque année, le Centre de la promotion du tourisme de la province de TTH accueille des centaines de volontaires pour les Festivals en tant qu'interprètes pour les groupes d'artistes étrangers, guides touristiques pour les artistes nationaux, etc. Dans les villages de métiers artisanaux, les volontaires accueillent les touristes et distribuent des brochures.

Les Services administratifs concernés de la province de TTH, tels que le Service du Tourisme, le Service du Commerce, le Service de l'Agriculture et du

159 «Pour que le tourisme de Thua Thien Hué décolle», dans *Label touristique* [en ligne].

URL : http://baodulich.net.vn/De-Du-lich-Thua-Thien-Hue-cat-canh-03-12567.html (consulté le 28 février 2018).

160 Idem.

Développement rural, le Service de l'Aménagement et de l'Investissement, le Service des Affaires étrangères, se coordonnent réciproquement afin d'accélérer la mise en économie du tourisme ainsi que la promotion et la valorisation des villages de métiers artisanaux.

Le Comité populaire de la province a anticipé la mise en œuvre des Décisions d'aménagement du développement touristique des villages de métiers artisanaux. Le Comité organise des réunions annuelles avec les représentants de l'Association des agriculteurs afin de mieux saisir concrètement les réflexions et les propositions de ces derniers dans le cadre de l'amélioration de l'économie des villages ruraux.

Les rencontres permettant des échanges entre les associations vietnamiennes et internationales favorisent la promotion et la préservation des valeurs culturelles au travers des produits traditionnels et du savoir-faire. Nous pouvons donc constater que c'est la province entière qui se lance dans des projets de renaissance des métiers artisanaux. Ces villages deviennent des « potentialités touristiques » créant des emplois pour les autochtones ainsi qu'un facteur de la pérennisation des élites culturelles dans la région.

La communauté francophone de la région Wallonie de la Belgique a coopéré avec l'Institut de la culture et de l'art du Vietnam pour créer des fours de 1400 à 1500°C en vue de préserver la poterie du village de Phuoc Tich[161]. En outre, ce village a également reçu l'aide de l'Association japonaise JICA en ce qui concerne les formations en technique de poterie, destinée aux habitants locaux. L'expert japonais de la poterie M. Mizokami Yoshihiro, a aidé et formé 20 artisans pour qu'ils aient la capacité à confectionner des produits artisanaux de qualité et qu'ils s'approprient la vie moderne. Les artisans du village ont d'ailleurs été envoyés au village de poterie renommé de Bat Trang (à Hanoi) afin d'apprendre les nouvelles techniques.

La confection des produits artisanaux des autres villages (Thanh Tien, Sinh,

---

161 «JICA aide financièrement au développement touristique du village de Phuoc Tich», dans *Le tourisme* [en ligne].

URL : http://tintuc.hues.vn/jica-ho-tro-phat-trien-du-lich-o-lang-co-phuoc-tich/ (consulté le 22 mars 2017).

Bao La et Thuy Xuan) est réalisée manuellement. Les outils pour confectionner les produits sont simples et les matières premières sont faciles à trouver. C'est pour cette raison que les investissements dans ces villages visent à la promotion touristique, à faire varier les activités touristiques et à amélioration les routes et les services publiques.

Il ne faut pas oublier que les agences de voyage contribuent directement à la mise en place du tourisme dans ces villages. En effet, lors d'interviews effectués auprès d'employés d'agences de voyage tel que Huong giang travel, HGH, Vidotour… les résultats obtenus étaient similaires dans le sens où, «*après le succès des Festivals annuels, Hué devient une destination touristique attirante pour les touristes domestiques et internationaux. Nous en avons profité pour promouvoir davantage les autres beautés culturelles et historiques de cette région à travers les métiers artisanaux. Nous avons ajouté les visites de découvertes de ces métiers dans nos circuits. Nous avons varié les différentes activités aux alentours de ces villages. Nous remarquons une augmentation des touristes dans ces villages*[162]».

Ainsi, les coopérations, les échanges, et les expositions touristiques organisées par les Départements administratifs contribuent à l'augmentation du nombre de touristes dans la province de TTH en général et dans les villages de métiers artisanaux en particulier. De plus, les tours opérateurs font des efforts afin de mettre en place des circuits de découverte des métiers artisanaux. La situation touristique évolue progressivement de manière favorable et cela participe à la création de petits emplois pour les autochtones ; ce qui leur permet ainsi d'améliorer leur subsistance et les aide à valoriser leurs métiers traditionnels. Néanmoins, la croissance du nombre de touristes dans ces villages reste encore faible.

I.2.4 La participation des intervenants administratifs dans les villages de métiers artisanaux

I.2.4.1 L'organisation administrative du tourisme en position verticale

[162] Entretien avec M. Thinh DO, responsable de l'agence de voyage Vespaadventure (travail de terrain, décembre 2016, juillet 2017 et février 2018).

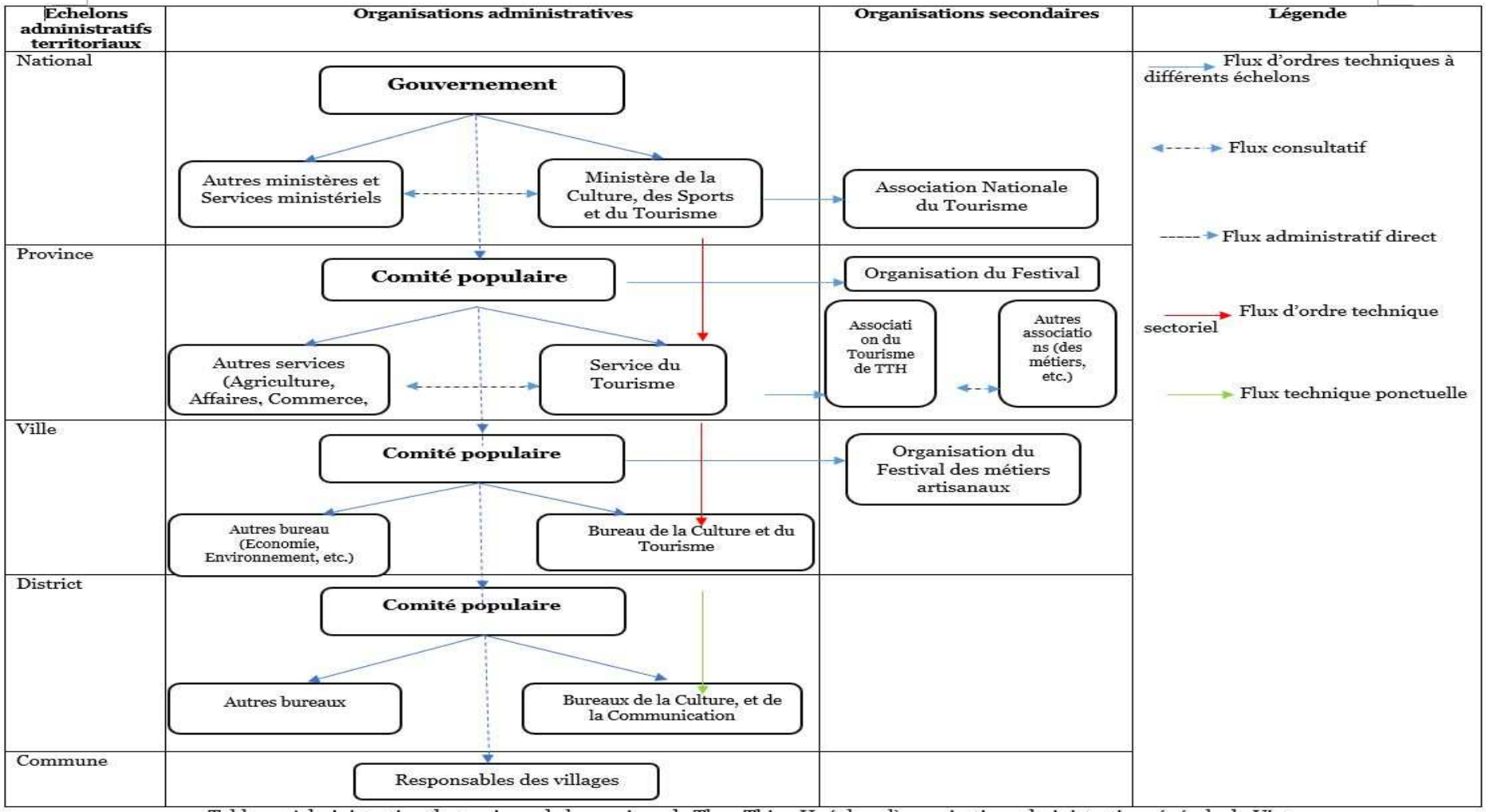


Tableau: Administration du tourisme de la province de Thua Thien Hué dans l'organisation administrative générale du Vietnam.

Source: Hoa NGUYEN (2019), inspiré de LE, Thi My Binh (2012).

En observant le tableau 8 ci-dessus, la hiérarchie de la gestion du tourisme se présente ainsi, de haut en bas : le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Vietnam gère toutes les stratégies importantes telles que les Décisions et les Circulaires de la Culture, des Sports et du Tourisme ; tandis que l'Administration Nationale du Tourisme prend notamment en charge, le tourisme. Sa grande mission est en effet de faire la promotion de l'image du tourisme vietnamien, de mettre en place les coopérations et de mettre en œuvre les activités principales touristiques du Vietnam.

De plus, le Comité populaire de chaque province ou de chaque ville a un département s'occupant de la Culture, des Sports et du Tourisme. Celui-ci détermine les stratégies principales et les Décisions à prendre en faveur donc du développement de la culture, des sports et du tourisme.

Le Service du Tourisme de la province dirige les stratégies précises en termes eu tourisme. Durant toute l'année, il organise les projets et les activités touristiques en fonction des Décisions prises par le Comité populaire de la province. En outre, il est également chargé de diriger la gestion administrative des services du tourisme des districts.

Le Service du tourisme des districts suit les projets de développement touristique lancés par le Comité populaire et est dirigé par le Service du tourisme de la province. En fonction de la promotion des produits touristiques typiques de chaque district, le service du tourisme de chacune des communes organise des activités adéquates.

Le département du tourisme de chaque village prend en charge la coopération mise en place avec les agences de voyage afin d'organiser les activités touristiques. Les deux partenaires organisent des activités et créent des services touristiques destinés aux visiteurs.

La gestion hiérarchique du tourisme, de l'échelle nationale à l'échelle communale, est généralement synchronisée et contingente. Les stratégies de développement ainsi que la promotion de l'image de chaque village doivent être mises en accord avec celles du Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Vietnam.

Le développement du tourisme durable, combiné à la préservation et à la promotion des valeurs culturelles nationales et à la protection des paysages et de l'environnement, fait partie des objectifs fixés dans le plan d'aménagement global pour le développement du tourisme du Vietnam, d'ici 2020 et à l'horizon 2030[163]. Pour atteindre l'objectif de développement durable, le pays doit prendre des mesures globales concernant le système juridique, les plans de développement du tourisme, la protection de la culture locale et de l'environnement naturel et la formation des ressources humaines.

Selon l'Administration Nationale du Tourisme du Vietnam, le secteur du tourisme du pays connaît depuis 2011 une forte croissance en termes de nombre de touristes, de revenus et d'hébergement. M. The Binh VU (Responsable du Service de la création des produits touristiques de l'Administration Nationale du Tourisme du Vietnam) confirme que *«les métiers traditionnels sont des potentialités importantes pour le développement du tourisme du Vietnam. Les produits artisanaux représentent la culture, l'identité spécifique de cette région. Ils sont considérés comme un patrimoine immatériel national, un symbole culturel et artistique du pays. C'est aussi un élément important qui incite les touristes à venir»*. M. The Binh VU ajoute que *«nous manquons actuellement de projets synchronisés à long terme, de l'échelle nationale à l'échelle provinciale, notamment en matière de développement des villages de métiers traditionnels»*. Des projets de développement du tourisme sont présents dans ces villages mais ils ne sont pas réalisables et ne respectent pas les normes. La gestion de ces métiers représente ainsi un grand défi. M. Duy Dan LUU (Président de l'Association des métiers traditionnels du Vietnam) raconte que *«la plupart des villages de métiers traditionnels manquent d'activités spécifiques et les autochtones participent encore très peu au développement du tourisme. Les locaux ne se rendent pas compte de ce que le tourisme peut leur apporter. En outre, il faut ajouter que faute d'infrastructures et d'investissements financiers, un grand nombre de villages ne peuvent développer le tourisme comme ils l'entendent»*.

---

163 Décision de l' «Aménagement global pour le développement du tourisme du Vietnam, d'ici 2020 et à l'horizon 2030», Premier ministre, Numéro 201/QD-TTg, 2013.

URL :http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/noidungquyhoachnganh?docid=1698&substract=&strutsAction=ViewDetailAction.do (consulté le 24 octobre 2017).

I.2.4.2 Les responsables du tourisme dans les villages

Il n'y a pas d'office de tourisme dans les quatre villages (sauf au village de Phuoc Tich). Le responsable du tourisme est donc considéré comme le porte-parole de l'image touristique de chaque village. Il s'occupe notamment de l'organisation des activités dans le village.

- Village de Phuoc Tich (la poterie) :

L'office de tourisme fournit des informations générales sur ce village et gère les visites organisées. Le responsable gère les activités et le personnel. Parfois, il joue le rôle de guide touristique, en vietnamien et en tant que guide local. Il a en effet le droit de mettre en place des visites guidées.

Le responsable du tourisme est un fonctionnaire du Comité populaire de chaque commune. Il touche des primes en tant que guide touristique en organisant des activités, en donnant des consignes de visite ; il est l'intermédiaire entre les artisans, les propriétaires des anciennes maisons et les guides envoyés par les agences de voyage. Il prend note des informations afin de les synthétiser pour le Comité populaire de la commune.

- Village de Thuy Xuan (la fabrication des bâtons d'encens) :

Il n'y a pas d'office de tourisme dans ce village. Le responsable du tourisme prend note des activités touristiques chez les artisans ainsi que dans les boutiques de souvenirs. Il est en charge de récupérer toutes les informations touristiques de ce village afin de pouvoir synthétiser l'actualité touristique. Il est l'intermédiaire entre le comité populaire et les artisans.

- Village de Thanh Tien (la fabrication des fleurs en papier) :

Comme les autres villages, le responsable du tourisme joue le rôle d'intermédiaire entre le comité populaire et les artisans. Les agences de voyage et le responsable du tourisme se mettent d'accord sur l'organisation des activités touristiques. Les artisans sont alors directement contactés si des visites sont prévues. Les artisans envoient ensuite des notes d'activités touristiques au responsable et ce dernier est en charge de faire la synthèse dédiée au Comité populaire de la commune.

- Village de Sinh (la peinture sur le papier en coquillage) :

La gestion du tourisme de ce village est similaire à celle du village de Thanh Tien. Le responsable est en charge de faire la synthèse des activités touristiques avec l'aide des artisans. Il s'occupe d'ailleurs de la fête de « la lutte de Sinh » lors des Festivals de Hué, des Festivals des métiers artisanaux et surtout lors du nouvel an vietnamien. Les agences de voyage envoient directement leurs clients aux artisans. Les activités organisées sont acceptées par le Comité populaire de la commune.

- Village de Bao La (la vannerie) :

Le responsable du tourisme, les agences de voyage et le président de la Coopérative de vannerie se mettent d'accord sur l'organisation des activités touristiques. En outre, la visite des rizières et les activités dans les ateliers sont surveillées par le responsable du tourisme.

En résumé, les responsables du tourisme de chaque village jouent le rôle de coordinateur des activités touristiques et de mise en place des politiques du développement entre les administrateurs et les agences de voyage.

I.2.4.3 Les agences de voyage

Selon nos études de terrain, on note que les agences de voyage interviennent favorablement dans le développement du tourisme des villages de métiers artisanaux. En outre, les entretiens avec les six agences connues à Hué[164] montrent que leur contribution dans les initiatives des circuits touristiques permettent de faire connaître aux touristes les autres joyaux de la province de TTH, en parallèle des circuits traditionnels. Nous arrivons ainsi à synthétiser les rôles des agences de voyage :

- Les investisseurs : les agences investissent en termes financiers dans le développement touristique. En effet, en 2002, l'agence Huong Giang travel a commencé à financer le village de Phuoc Tich et à mettre en place des *home stay*[165]. D'autres activités touristiques ont été organisées. La vision est ainsi

[164] Les six agences de voyage de Hué (Huong Giang Travel, HGH travel, Hue tourist, Vidotour, Vespaadventure et Trails of Indochina) avec lesquelles nous avons réalisé des entretiens au sujet des influences des agences de voyage dans le développement touristique des villages de métiers artisanaux, et à propos de leurs réflexions quant à l'avenir de ces villages.

[165] Entretien avec Mme. Hong DANG, employée de l'agence Huonggiang travel (Hué, juillet 2017 et février 2018).

différente vis-à-vis des villages de métiers artisanaux. Pour nous, c'est donc un « déclic » notable et une approche « détournée » qui sont nécessaires, dans le but de faire revivre les métiers artisanaux.

- Les créateurs des circuits touristiques : grâce aux deux grands Festivals de Hué, les agences de voyages élargissent leurs stratégies de développement touristique. Elles font des études de terrain : rencontre des habitants locaux dont les artisans et travail avec les responsables du tourisme des villages. De plus, elles se basent sur les textes administratifs en termes de tourisme et demandent la permission des administrateurs provinciaux. Tout cela les aide à lancer des campagnes en faveur des circuits touristiques.

- Les « metteurs en scène » des activités touristiques : l'objectif est de faire connaitre aux touristes, d'une autre manière, la culture et l'histoire de Hué. C'est leur faire contempler la beauté de cette région au travers de l'artisanat, et de leur faire découvrir l'histoire et les coutumes *via* les savoir-faire traditionnels. Les agences de voyage mettent également l'accent sur les activités touristiques de ces villages afin d'attirer davantage de touristes. Les produits en bambou du village de Bao La sont très connus au-delà de la province même grâce au tourisme.

- Les promoteurs touristiques : promouvoir leurs circuits, c'est aussi une façon de faire venir les touristes dans les villages. La promotion et la publicité sont des éléments incontournables pour vendre les produits touristiques. Dès le Festival de 2002, l'agence Huetourist a lancé des publicités en faveur du village de Thanh Tien, où le métier de confection des fleurs en papier restait encore «inconnu» pour le monde[166].

- Les coordinateurs entre le touriste et l'habitant : la coordination entre le touriste et l'habitant est très importante dans la mesure où le premier a l'opportunité de découvrir la culture locale, et le deuxième vend ces produits. Les agences de voyage orientent les autochtones vers les valorisations

[166] Entretien avec Mme. Ngan NGUYEN, employée de l'agence Huetourist (Hué, juillet 2017 et février 2018).

culturelles et traditionnelles et les touristes vers le plaisir de découvrir une région de plusieurs manières.

I.2.4.4 Les facteurs supplémentaires

En réalisant des entretiens avec le responsable du Service de tourisme de la province de TTH[167], nous apprenons que les intervenants ci-dessous participent directement et indirectement au développement touristique des villages de métiers artisanaux.

- Département d'organisation du Festival de Hué : ce département fait partie du Comité populaire de la province de TTH dont M. Dung NGUYEN - vice-président du Comité populaire, est en tête. Dans le cadre de ce Festival international, les activités mettent l'accent sur la conservation des héritages, des vestiges historiques et des élites identitaires des peuples. Ces valeurs sont représentées à travers des spectacles artistiques et des activités touristiques organisées dans toute la province de TTH.

- Département d'organisation du Festival des métiers artisanaux de Hué : c'est un département du Comité populaire de la ville de Hué dont M. Van Thanh NGUYEN – président du Comité de la ville, en est le responsable. Ce Festival est un élan important pour promouvoir les métiers artisanaux du Vietnam en général et de la province de TTH en particulier. En ce sens, les villages ciblés de la province de TTH deviennent le sujet le plus important à propos duquel les administrateurs se doivent de réagir plus sérieusement.

- Association du tourisme de la province de TTH : M. Manh Thang DINH est le président de cette association. Elle participe principalement à la promotion du tourisme de la province à l'échelle nationale et internationale. En outre, cette association joue le rôle de coordinateur entre les Services importants de la province, les agences de voyage et le Comité populaire de la province et de la ville de Hué, dans le but de se mettre d'accord sur les stratégies et les propositions du développement touristique de la province de TTH. L'association organise des réunions avec les agences de voyage afin de s'engager dans les objectifs de développement à long terme. En fonction des

167 Entretien avec M. Viet Luc TRAN (Hué, juillet 2017 et février 2018).

Décisions prises par le Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme du Vietnam, elle suggère des stratégies appropriées et propose des thèmes pour l'organisation des Festivals de Hué. Ainsi, toutes ces propositions sont liées au développement touristique des villages de métiers artisanaux. L'exploration touristique, par les touristes, hors des circuits traditionnels de Hué, favorise la découverte des traits culturels et historiques au travers des patrimoines immatériels.

- Service du Commerce de la province de TTH : M. Thanh NGUYEN est le directeur de ce Service. C'est l'Etat-major du Comité populaire de la province qui intervient dans les affaires de promotion et de publicité des produits en général et des produits artisanaux en particulier. Il organise des expositions afin de promouvoir les produits artisanaux et propose des solutions pour la mise en marché de ces produits.

- Service de l'agriculture et du développement rural de la province de TTH : M. Sy Nguyen HO est directeur de ce Service. Dans ce cas précis, les villages de métiers artisanaux font parties intégrantes des régions rurales. Ce Service a pour mission de favoriser les stratégies de développement des zones rurales afin de créer davantage d'emplois pour les habitants locaux, en lien avec le développement du tourisme.

- Association des métiers artisanaux du Vietnam : M. Duy Dan LUU est le président de cette association. Cette association a pour objectif de protéger les artisans et de valoriser les métiers artisanaux par l'intermédiaire de la mise en vente et de la mise en promotion. Cette association organise également des réunions et des conférences avec d'autres responsables des villages de métiers du Vietnam afin de synthétiser les opportunités et les faiblesses inhérentes au contexte actuel. En ce sens, on peut y retrouver des propositions concrètes pour accélérer le développement et conserver ces «élites immatérielles» que sont le savoir-faire et les cultures, valeurs intrinsèque aux produits artisanaux.

Pour résumer, dans le but de faire renaître les métiers artisanaux, de faire participer les habitants au tourisme et d'accélérer le développement touristique de la région, plusieurs facteurs sont donc identifiés à l'échelle provinciale voire nationale. Relevant notamment du domaine du personnel, ils sont mis en commun afin de

pouvoir parler d'une seule voie et faire avancer les projets. Ainsi, malgré les prises de décisions des différents acteurs et la mise en place d'activités spécialement dédiées au développement touristique, les résultats ne sont cependant pas à la hauteur des attentes.

Conclusion de la première partie

Dans cette partie, nous avons retenu que l'évolution historique des métiers artisanaux en général notamment dans la province de TTH, de l'époque de la dynastie Nguyen à aujourd'hui, amène une modification du mode de vie et de la mentalité des autochtones. Certains villages de métiers artisanaux étaient à l'« agonie », du fait des changements importants du comportement social. Il est cependant nécessaire de conserver ces valeurs culturelles et traditionnelles vues au travers des produits artisanaux. L'arrivée du tourisme joue un rôle primordial dans le fait de faire revivre des villages de métiers artisanaux et des élites culturelles soumises au risque de disparition. Nous allons ainsi découvrir dans la deuxième partie et sur plusieurs plans, quelles sont les mutations touristiques dans ces villages.

PARTIE II:

IMMOBILITE ET MOBILITE DU TOURISME DANS DES VILLAGES DE METIERS ARTISANAUX

Introduction de la deuxième partie

«Il y a une vingtaine d'années, on était touriste dans des zones réservées aux touristes et dans un temps réservé aux touristes. Aujourd'hui, le tourisme se mêle à la vie quotidienne[168]*».*

Dans cette deuxième partie, nous voudrions aller plus loin dans le développement du tourisme, après l'arrivée de cette activité économique dans les villages de métiers artisanaux étudiés que nous avons abordé dans la première partie. En ce sens, il est nécessaire de mettre en avant les mutations de ces villages sous les angles d'approche des administrateurs, des professionnels du tourisme, des autochtones (artisans et habitants) et des touristes (domestiques et internationaux).

168 «Le tourisme en mutation : des voyageurs et des territoires», dans *Economie* [en ligne].

URL : https://radionotredame.net/2017/economie/le-tourisme-en-mutation-des-voyageurs-et-des-territoires-111006/ (consulté le 15 janvier 2019).

<u>Chapitre 3</u> : La prise de conscience en ce qui concerne le changement de tendance touristique

II.3.1 Les agences de voyage

II.3.1.1 Les circuits classiques

Les trois grandes dimensions anthropologiques des motivations touristiques[169]:

- Le rapport à soi, avec la question de l'altérité
- Le rapport à l'espace
- Le rapport aux autres

En effet, les motivations touristiques des touristes qui ont choisi les circuits dans la province de TTH, selon les agents de voyage, sont liées à l'histoire féodale et coloniale de cet endroit. Ils désirent par conséquent découvrir des vestiges historiques qui se différencient des autres destinations au Vietnam. Cette altérité crée une image touristique typique sur laquelle les visiteurs se reportent en tant qu'expériences distinguées.

a. Quand l'incontournable devient banal:

Hué est appelée «ancienne ville», «ville royale», ou «ancienne cité impériale». Certes, Hué possède une grande attractivité due aux vestiges historiques laissés par les époques féodales. En outre, une autre partie de la ville est caractérisée par les architectures coloniales. Tout cela met en place un contraste de beauté entre l'ancienneté et la modernité. Les agences de voyage de Hué exploitent grandement cette beauté dans leurs circuits. Toutes ces activités se multiplient dans les agences. C'est-à-dire que, toutes les agences font la «même recette», «les plats ne sont pas changés» et «les goûts ne sont pas variés»[170]. «*Pour la période 1993-2010, le marché touristique de Hué n'est pas vraiment dynamique. La nationalité de la clientèle ne change pas. La durée de la nuitée reste modeste. Il manque des activités pour attirer*

169 AMIROU, Rachid, Imaginaire touristique et sociabilités du voyage, Paris, PUF, 1995.

170 Entretien avec Mme. Chau DANGNGO, employée de l'agence de voyage Aviatour (Hué, décembre 2016, juin et juillet 2017 et février 2018).

les visiteurs[171]». Ainsi, «*les touristes de Hué ne s'intéressent qu'aux circuits de découverte historique. Nous voudrions varier les autres activités mais nous avons du mal à trouver la clientèle adéquate*[172] ». Les circuits classiques sont un cliché en tant qu'image touristique de la province de TTH. Les touristes n'ont pas envie de découvrir les autres beautés de cet endroit.

Les photos des architectures opposées entre l'ancienneté et la modernité dans la province de TTH :

Photo 65 (à gauche): La gare de Hué[173] *. (© khamphadulichhue.com)*

Photo 66 (à droite): Le tombeau royal de l'empereur Tu Duc (1847 – 1883). (© Hoa NGUYEN)

Photo 67 : Une villa à Hué[174]*. (©dulichhue)*

Photo 68 : La cité impériale. (©dulichhue)

171 Entretien avec M. Thinh BUI, employé de l'agence de voyage Vespaadventure (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

172 Entretien avec Mme. Hue NGUYEN, employée de l'agence de voyage Viettravel (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

173 La gare de Hué est construite en 1902 et achevée en 1906. Son architecture coloniale avec fenêtres rectangulaires et doubles vitrines.

b. Quand le tourisme historique devient un tourisme de masse:

Photo 69 : Une fête populaire au village de Thuy Thanh. (© Huy Hoang Hai LE, 2018)

«Le tourisme de masse est un mode de tourisme qui est apparu en raison de la généralisation des congés payés dans de nombreux pays industrialisés, la croissance du pouvoir d'achat dans les années 1960 permettant aux «masses» populaires, la part la plus conséquente de la population, de voyager et de soutenir le secteur du tourisme[175]».

L'exploitation touristique à l'excès des patrimoines historiques engendre le tourisme de masse dans la province de TTH. Selon le journaliste Af de Xela[176], qui l'a dénoncé en 2012, le tourisme est *«une maladie qui a peu à peu enlaidit et affaiblit, en dévastant l'environnement et en écrasant les populations. Ses symptômes sont la pollution écologique et culturelle, la dépossession des populations de leurs territoires, l'exploitation de celles-ci et l'utilisation démesurée des ressources naturelles».*

---

174 Cette villa sert actuellement comme maison d'exposition des chefs-d'œuvre de la célèbre sculptrice vietnamienne Diem Phung Thi.

175 Réau, Bertrand, *Les Français et les vacances : sociologie des pratiques et offres de loisir*, Paris, Editions du CNRS, 2011.

176 «Le tourisme de masse : une maladie fatale ?»

URL : http://www.voyageurs-du-net.com/le-tourisme-de-masse-une-maladie-fatale (consulté le 04 juillet 2017).

Certes, les agences de voyages de Hué ciblent seulement la découverte de la cité impériale, les tombeaux royaux, les temples et les pagodes, notamment dans la période des années 1993–2010[177]. Sur les sites des agences de voyages, les promotions des circuits sont similaires et très modestes au niveau de la variété des produits touristiques. «*90 % des produits touristiques de notre agence sont les visites guidées des sites historiques de la ville de Hué*[178]». Le tourisme rapporte du chiffre d'affaires pour ces agences de voyage mais le problème va de pair : la dégradation de l'environnement et l'endommagement des objets historiques. Prenons cet exemple : la prise de photos sans cesse dans les tombeaux royaux ou dans la cité impériale fait abîmer les anciens objets.

Photo 70: Un nombre impressionnant de prises de photos

dans le tombeau royal de Khai Dinh (1916–1925). (© Hoa NGUYEN, 2017)

II.3.1.2 La recherche de nouveaux concepts pour les produits touristiques

Avec la tendance de changement des comportements touristiques, les visiteurs cherchent de nouvelles valeurs contenues dans une destination hors de leur lieu habituel. De ce fait, les agences de voyages de Hué sont obligés d'être en quête d'autres types de produits touristiques. Parallèlement, les circuits traditionnels, le tourisme vert, l'écotourisme (les montagnes, les campagnes…) et le tourisme culinaire ont été mis en place dans les brochures des agences de voyage.

177 Entretien avec M. Thanh NGUYEN, employé de l'agence de voyage HGH (Hué, juin et juillet 2017 et février 2018).

178 Idem.

Photo 71 (à gauche) : La visite des campagnes en moto, de l'agence vespaadventure Hué. (©vespaadventure)

Photo 72 (à droite) : Le circuit dans les montages de Bach Ma, de l'agence d'EMT Hué. (©emttravel)

«Nous avons cherché les marchés de niche du tourisme vert. Au début, c'était difficile parce que les visiteurs hésitaient quant au choix de Hué pour ce type de tourisme. Ceci se trouve davantage dans les montagnes du Nord du Vietnam. Par conséquent, nous avons dressé des projets d'activités intéressants afin d'attirer un autre type de clientèle dite «nouvelle» à TTH[179]». Ainsi, l'ajout progressif de nouvelles activités ouvre une nouvelle vision touristique à l'égard des touristes domestiques et internationaux.

«*Dans les premières années de 2000-2005, nous avons de nouveau proposé des circuits traditionnels. En outre, les visiteurs venant vers nous ont cherché les circuits clichés de Hué. Nous constatons que c'est à cause des circuits classiques que les touristes sont ennuyés et qu'ils souhaitent rester à Hué pour un court séjour. Il semblait que Hué était un passage obligé pour les touristes au cours de leur voyage vers la ville de Da Nang. Nous avons fait une étude de terrain dans la province de TTH afin de développer le tourisme vert qui est aussi une des grandes opportunités touristiques endormies*[180]». Chaque agence essaie de trouver des thèmes différents pour attirer les visiteurs, en se basant sur le marché de la clientèle et la tendance du comportement touristique.

179 Entretien avec M. Khanh HOANG, responsable de l'agence Viettravel de Hué (Hué, février 2018).

180 Entretien avec M. Hao TRAN, directeur de l'agence Huetourist (Hué, février 2018).

Les nouveaux produits touristiques, pourtant, se positionnent assez modestement dans le marché touristique de la province de TTH. Cela veut dire que ces activités manquent d'attirance et d'originalité. Mais il est cependant très difficile de changer les idées préconçues chez les touristes. Un autre facteur confortant les images clichées de la province de TTH provient de l'e-tourisme des agences de voyages. La fidélisation sur les circuits historiques incontournables ne permet ainsi pas de mettre en avant d'autres types de tourisme. En outre, le prix des circuits verts est plus élevé que ceux dits traditionnels, pour les raisons suivantes : la distance, le transport, le nombre de personnes…On peut donc dire que les agences de voyages de Hué s'obstinent véritablement à trouver de nouveaux produits afin que les monuments historiques (circuits classiques) deviennent un label touristique pour Hué et qu'ils ne soient plus un choix unique pour les touristes.

II.3.1.3 La mise en place d'une variation des produits touristiques grâce à l'élan donné par les Festivals

Le premier Festival a été lancé en l'an 2000 dans le but de valoriser certains patrimoines matériels et immatériels de la province de TTH et du Vietnam en général. Avec la continuité pleine de succès des Festivals, Hué est maintenant appelée « ville des Festivals ». A travers ces fêtes, on met en spectacle beaucoup d'activités de haute qualité afin de promouvoir le tourisme. C'est aussi une façon de faire approcher les touristes d'activités non-familières dans la province de TTH. Autrement dit, à travers des expositions et des spectacles, les touristes sont susceptibles de découvrir la diversification des activités dans la province de TTH.

Ainsi, les agences de voyages profitent de cet élan pour lancer des projets touristiques plus variés. «*Les Festivals nous amènent un grand nombre de clients. D'ailleurs, les spectacles organisés dans le cadre des Festivals excitent la curiosité afin de découvrir d'autres endroits dans la province, mis à part les monuments historiques habituels*[181]».

[181] Entretien avec Mme. Thao NGUYEN, employée de l'agence de voyage Huonggiangtourist (Hué, juin et juillet 2017).

Photo 73 : Le pont de Thanh Toan au village de Thuy Thanh. (© visithue.vn)

«Nous avons proposé les visites du pont japonais de Thanh Toan (village de Thuy Thanh), mais très peu de touristes ont choisi ce parcours faute de temps à Hué. Depuis le succès des spectacles dans ce village au cours des Festivals, les touristes sont venus de plus en plus nombreux pour y découvrir la vie campagnarde[182]*»*. En bref, l'effet de la promotion touristique par l'intermédiaire des représentations artistiques fait réveiller véritablement l'imaginaire touristique et fait changer les idées préconçues chez les touristes vis-à-vis des images de la province de TTH. En ce sens, les marchés de clients deviennent plus variés. Cela motive la mise en place d'une variété de circuits chez les agences de voyage. Les demandes et les offres provoquent une interaction nécessaire pour le développement touristique.

II.3.1.4 L'accélération des circuits coordonnés entre deux facteurs «traditionnel et communautaire»

Depuis 2007, suite à la mise en réputation des Festivals de Hué, la découverte de la culture locale est davantage demandée. A part des circuits traditionnels, les zones touristiques se répandent partout dans la province. Le tourisme communautaire est ainsi bien apprécié par un nombre croissant de touristes.

[182] Entretien avec Mme Thuy NGUYEN, employée de l'agence de voyage Vidotour (Hué, février 2018).

Photo 74 (à gauche) : Le tourisme communautaire dans la lagune de Tam Giang. (© asiatour)

Photo 75 (à droite) : Le tourisme communautaire au village de Phuoc Tich. (© Hoa NGUYEN, 2017)

En 2006, l'agence de voyage Phap -Viet de Hué a commencé à envoyer des touristes au village de poterie de Phuoc Tich afin de le visiter[183]. C'est cette agence qui participe également à l'exploitation du service de home-stay dans ce village.

En 2007, la coopérative de la vannerie de Bao La a été fondée et rassemblait plus de 124 foyers/300 foyers en tant que participants pour le travail de ce métier[184]. Cela aide de plus à lutter contre le chômage des femmes dans ce village.

A partir de 2007, le village de la confection des bâtons d'encens de Thuy Xuan a attiré les touristes pour qu'ils visitent et découvrent ce métier, grâce aux nombreuses visites des monuments historiques effectuées par les touristes à proximité.

En 2008, le métier de la confection des fleurs en papier est restauré au village de Thanh Tien[185]. C'est aussi l'année où les agences de voyages ont commencé à envoyer ces clients pour découvrir une culture originale liée à la vie spirituelle des Huéens : la peinture folklorique sur le papier de coquille de Sinh.

---

183 Entretien avec Mme. Mai Lan NGUYEN, employée de l'agence de voyage Viet - Phap (Hué, juin et juillet 2017).

184 Entretien avec M. Cu VO, artisan du village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

185 Entretien avec M. Nhat THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

«Il y a plus de 60 villages de métiers artisanaux dans la province de TTH, mais il nous faut choisir des villages typiques qui peuvent développer le côté touristique. Selon notre étude de marché, la demande concernant le tourisme communautaire est en vogue. Les touristes souhaitent avoir des expériences avec les autochtones en découvrant une autre vision, une nouvelle culture, leurs coutumes, leurs traditions. Cela enrichit davantage leur voyage et leurs connaissances[186]». La création des produits touristiques ainsi que la coordination entre les circuits traditionnels et la découverte de la culture indigène jouent un rôle indispensable pour accélérer le développement du tourisme et ainsi apporter une autre vision des traditions et des cultures de la province de TTH auprès des visiteurs.

II.3.1.5 La concurrence entre les agences de voyage

Actuellement, la province de TTH a plus de 75 agences de voyages domestiques et internationaux en taille moyenne et petite[187]. La concurrence entre les agences les oblige à montrer leur altérité et à créer des circuits distincts. Parallèlement aux agences de voyages traditionnels, la découverte de nouvelles expériences concernant la vie des habitants locaux devient un nouveau facteur d'attirance des touristes et surtout des jeunes visiteurs. *«Au début, il est difficile de faire participer les habitants locaux dans nos projets touristiques parce qu'ils ne sont pas toujours disponibles, en matière de temps. Au fur et à mesure, ils ont accepté, mais sur rendez-vous. Nos clients envisagent de participer au tourisme communautaire à vélo. C'est pourquoi nous avons mis en place des circuits de découverte des villages en campagne, y compris des villages de métiers artisanaux[188]»*.

---

186 Entretien avec M. Hanh NGUYEN, employé de l'agence de voyage Vespa safari (Hué, juillet 2017 et février 2018).

187 Selon le Bureau de la communication et des informations du Comité populaire de la province de TTH, en 2018.

URL :https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Du-kh%C3%A1ch/D%E1%BB%8Bch-v%E1%BB%A5/Th%C3%B4ng-tin-chi-ti%E1%BA%BFt/tid/Cong-ty-lu-hanh/newsid/B46544D8-06F1-4C83-A880-D5E249157B60/cid/1eaf15f7-3a95-4a78-ba4f-9f07a0a95e97 (consulté le 22 avril 2018).

188 Entretien avec Mme. Huyen TRAN, employée de l'agence de voyage de Viettravel (Hué, juillet 2017 et février 2018).

Photo 76 (à gauche) : La visite des villages campagnards dans la province de Thua Thien Hué, mise en place par l'agence Vespaadventure. (© vespaadventure.com)

Photo 77 (à droite) : La visite du village de Thuy Bieu à vélo, mise en place par l'agence Viettravel de Hué. (© viettravel.com)

En effet, la prise de conscience de l'évolution du tourisme dans la province de TTH donne une grande motivation aux agences de voyages domestiques et étrangers pour varier leurs produits tels que : les circuits à cyclo-pousse «la pluie de Hué», «une journée comme un agriculteur»,b«la promenade dans les montagnes», «découvrir les élites culturelles de Hué», «les coins de Hué à vélo», etc. Ainsi, la province de TTH est redécouverte sous différents angles de vision. Les valeurs historiques et traditionnelles sont remises en avant dans la vie quotidienne des habitants locaux.

Pourtant, les agences de voyage rencontrent également de nombreuses difficultés dans la production des circuits touristiques dues au manque de synchronisation des stratégies de développement et de gestion des circuits. Il est nécessaire d'ajouter que beaucoup d'individus deviennent des antennes d'agence de voyage de manière spontanée et non-professionnelle. C'est un modèle économique par l'échelle. Des agences de voyages vendent des circuits aux individus et ces derniers les revendent aux touristes qu'ils connaissent grâce à leurs relations amicales ou par l'intermédiaire des agences de voyages «mère». En fonction du nombre de circuits et de celui des touristes, les individus gagnent des commissions, par touriste. C'est donc un mode de travail spontané et saisonnier. En outre, la concurrence n'est pas loyale et ainsi malsaine car des grandes agences de voyage ne respectent pas parfois les engagements pris concernant les tarifs. De petites agences sont mises en difficulté car elles ne peuvent pas baisser leurs prix. Dans ces cas,

aucune organisation administrative ne prend sa responsabilité afin de résoudre ces problèmes.

En bref, la concurrence motive les agences de voyage à créer davantage de produits originaux, typiques et attirants. Cela contribue à changer l'image clichée du tourisme de la province de TTH. Cette concurrence va de pair : elle est loyale et provoque des aspects négatifs sur le marché économique - touristique dans cette province : la spontanéité, le manque de professionnalisme et la transparence dans les modèles de commerce à l'échelle.

II.3.1.6 Le désarroi des agences de voyages

«*La concurrence nous oblige à varier nos produits, sinon nous répétons toujours les mêmes circuits. En faisant une étude de terrain concernant les motivations de la clientèle, nous avons retenu qu'une majorité voudrait voyager autrement. Autrement dit, mis à part les circuits traditionnels, la culture indigène l'intéresse le plus. C'est un voyage avec participation totale à l'endroit que le touriste choisit. Le touriste apprend à s'immerger dans la culture locale. Nous nous investissons dans la recherche de nouveaux endroits où se trouvent les potentialités touristiques liées à la culture des campagnards. Nous n'avons rien reçu comme aide de la part des administrateurs*[189]». Certes, prenons l'exemple du développement touristique au village de Phuoc Tich, où l'agence de voyage Viet - Phap et Huonggiang travel y ont fait les premiers pas. Ils y sont venus pour travailler directement avec les autorités et les habitants de ce village au sujet de la création de quelques activités touristiques. Ils y ont envoyé des touristes pour qu'ils découvrent l'histoire et le métier artisanal de Phuoc Tich. «*Les premières personnes qui voulaient développer le tourisme dans notre village étaient des agences de voyage. Notre souhait est de faire connaître l'histoire très ancienne de notre village et de faire revivre le métier de poterie qui est notre fierté, héritée de nos grands ancêtres*[190]».

Le même cas se retrouve au village de Thanh Tien, «*mon père – le peintre/artisan Huy THAN, a réussi à faire revivre le métier de la confection des*

189 Entretien avec Mme. Hien DINH, responsable des circuits domestiques de l'agence de voyage Huonggiang travel (Hué, février et mars 2018).

190 Entretien avec M. Te HO, habitant du village de Phuoc Tich (Hué, février et mars 2018).

lotus en papier. Il a fait des expositions au village. Des agences de voyage sont venus rencontrer directement mon père pour lui proposer d'envoyer des touristes afin de pouvoir leur faire découvrir le métier artisanal de Hué. Le tourisme est arrivé au village de cette façon. Notre destination est devenue connue des touristes grâce aux journalistes, à la presse… Quand ce métier était réputé, le responsable du Service du commerce de la province a lancé les premiers projets afin de promouvoir davantage le métier en particulier, et ce village en général[191]».

Premièrement, selon les résultats d'autres entretiens que nous avons obtenus, les cinq villages de métiers artisanaux étudiés ont la même situation dans le sens où ce sont des agences de voyages qui y ont fait arriver le tourisme. D'ailleurs, l'objectif de ces agences est de faire participer le touriste dans la confection des produits artisanaux et de créer des contacts réciproques entre le touriste et l'habitant. Deuxièmement, après l'arrivée des agences de voyage dans ces villages, ce sont les médias (les presses : les journaux papier et e-journaux) qui y jouent un rôle d'intermédiaire dans la création des liens entre l'artisan, l'agence de voyage et le touriste. Le touriste peut trouver des informations générales sur ces villages grâce aux chaînes de média, avant de décider d'y aller. Dernièrement, les administrateurs apportent leur aide afin d'accélérer le développement de ces villages, en favorisant les papiers judiciaires, en investissant dans les projets économiques et en organisant des expositions professionnelles.

Ainsi, ce sont des agences de voyage qui prennent l'initiative de faire revivre des potentialités touristiques endormies. Pourtant, elles rencontrent beaucoup de difficultés dans la mise en place des circuits touristiques ainsi que sur l'accélération de ce développement.

En effet, nous pouvons mettre en exergue de grands points importants au niveau des préoccupations des agences de voyage :

- Il manque une coordination réciproque entre les professionnels et les autorités.

[191] Entretien avec M. Nhat THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

- La mise en action du tourisme dans ces villages entre les professionnels et les autorités est détachée et incohérente.

- La mise en œuvre des circuits touristiques est en tête des priorités tandis que les investissements en terme d'infrastructures sont en attente ou en retard.

- Les démarches concernant les papiers administratifs sont encombrantes et longues.

- Il manque des formations auprès des habitants en faveur du développement du tourisme, lancées par les Services administratifs concernés.

- Il manque des propositions de la part des Services administratifs au sujet de la production des activités touristiques dans ces villages.

II.3.2 Les médias

II.3.2.1 L'évolution de la promotion

«*Les médias interviennent en donnant aux touristes à voir, à entendre, ou à lire le champs des possibles. Ce rôle s'est exercé dès les débuts du tourisme. Les récits de voyage ont été les premiers à promouvoir la mobilité. Œuvres d'aventuriers, de missionnaires, d'ambassadeurs, ou d'artistes, ils donnent à voir le monde et font rêver les touristes*[192]». En effet, les médias jouent un rôle très important en ce qui concerne la transmission des informations globales et la promotion d'une destination touristique dans la province de TTH.

«*L'idée de promotion touristique se réfère à la diffusion d'une place en tant que destination pour les touristes. Il est important de souligner que l'arrivée de visiteurs dans une ville ou dans un pays génère des revenus pour le lieu, d'où l'importance de la promotion du tourisme. On peut parler de campagne de promotion touristique lorsqu'il s'agit de mettre en évidence les activités et les entreprises qui sont développées afin que les voyageurs potentiels puissent connaître les attraits d'une destination et décident de planifier une visite. Ces*

192 VIOLIER, Philippe, «Tourisme et médias : regards d'un géographe», *Le temps des médias*, n° 8, 2007.

campagnes cherchent à promouvoir les attractions naturelles, historiques, culturelles et autres, de la destination»[193].

Au début, les méthodes de promotion traditionnelles du tourisme de TTH étaient assez simples, peu variées et peu attractives : des brochures ; des reportages diffusés à la télévision ; des grandes affiches dans les rues, à la gare et à l'aéroport. En effet, «*les méthodes traditionnelles de promotion des destinations sont certes d'une certaine efficacité mais ont des limites, à partir desquelles intervient donc la communication numérique. Ainsi, le support digital se présente comme un canal à forte valeur ajoutée dans le marketing stratégique. Au fil du temps, l'évolution positive des conditions de vie des populations a contribué à la diversification des motifs de voyage*[194]*»*. Grâce à l'évolution fulgurante de l'informatique, les promotions touristiques via les médias deviennent plus variées, intelligentes et attirantes. *«L'émergence des Technologies de l'information et de la Communication dans une économie globalisée offre des opportunités inestimables aux acteurs du tourisme. Les réseaux sociaux et les enjeux liés aux buzz marketing, ont fait du Community management un moyen incontournable de promotion*[195]*»*.

Parallèlement aux brochures et aux dépliants classiques, la promotion par Internet se développe rapidement. Sur les sites des agences de voyage, la présentation des circuits est plus attrayante. On peut également y retrouver des interactions entre

---

193 «Définition de promotion touristique»

URL : https://lesdefinitions.fr/promotion-touristique (consulté le 12 janvier 2019).

194 «Enjeux des médias sociaux dans la promotion du tourisme culturel au Sénégal», dans *Culture* [en ligne].

URL : https://www.journaluniversitaire.com/enjeux-des-medias-sociaux-dans-la-promotion-du-tourisme-culturel-au-senegal/ (consulté le 12 janvier 2019).

195 «Enjeux des médias sociaux dans la promotion du tourisme culturel au Sénégal», dans *Culture* [en ligne].

URL : https://www.journaluniversitaire.com/enjeux-des-medias-sociaux-dans-la-promotion-du-tourisme-culturel-au-senegal/ (consulté le 12 janvier 2019).

les professionnels et les touristes. On y propose notamment des thèmes de voyage, comme la découverte de l'histoire, les métiers artisanaux, les plages, etc.

En ce qui concerne la presse, les représentations touristiques qui sont relevées dans les articles d'e-magazines provoquent une envie de voyager aux touristes potentiels. Les photos, les vidéos, les commentaires à propos des destinations touristiques rendent ces dernières plus interactives. En outre, les interviews, les reportages, les récits illustrés par des photos affichés dans les journaux et les magazines contribuent à attirer un autre type de publics possiblement futurs touristes. Tout cela participe d'une promotion touristique plus variée dans le but de faire rêver à propos de destinations méconnues, de mettre en avant de nouvelles représentations touristiques, d'informer et de donner l'envie aux touristes potentiels de connaître de nouvelles cultures.

II.3.2.2 La répétition des mêmes informations pour une destination touristique

Si certains médias semblent accomplir correctement leur mission de valorisation et de création de représentation des destinations touristiques, il semble en revanche qu'il y ait un trop-plein de sociétés de presse ciblant en un temps donné et limité les endroits les plus touristiques de la province de TTH. Par conséquent, les mêmes informations sont répétées sur plusieurs sites web. En effet, les informations de promotion en faveur des villages de métiers artisanaux de la province de TTH sont affichées avec les mêmes contenus sur plusieurs e-journaux différents. Pour un même article concernant par exemple le village de Phuoc Tich, on peut retrouver celui-ci sur une dizaine de sites web différents. Ce cas n'est pas unique, les autres lieux touristiques mis en avant sur Internet étant dans la même situation. De ce fait, de nombreux consommateurs, touristes ou lecteurs considèrent que les informations fournies pour une destination particulière sont réduites et ennuyeuses. Quand il est recherché des informations sur tel ou tel endroit, une grande promotion est certes faite le concernant, mais le contenu trouvé suite aux recherches effectuées n'est pas toujours abondant et analysé selon différents points de vue.

Sur les sites d'e-commerce des agences de voyage, l'accent n'est pas toujours mis sur la visite des villages de métiers artisanaux. Autrement dit, ce sont des circuits « composés » dans le cadre de la découverte historique et culturelle de la province de

TTH. Cependant, le touriste peut également trouver des circuits « à la carte », organisés de manière personnalisée pour un prix modique[196]. Le manque d'information concernant la promotion des circuits du tourisme communautaire dans la province de TTH montre que les médias s'intéressent avant tout à valoriser la culture indigène des villages de métiers artisanaux en particulier et dans le tourisme communautaire en général. Or, ces informations ne sont pas suffisamment fournies auprès des touristes. Elles se répètent encore et encore le même contenu. On peut donc observer que la quantité n'est pas toujours efficace pour mettre en avant une destination touristique, si le contenu la concernant n'est pas varié, ni attirant, ni multidimensionnel.

II.3.2.3 L'expansion des médias en terme de coopération

Il y a dix ans environ, la promotion à propos des destinations touristique de la province de TTH n'était que peu réussie, car leurs informations étaient incohérentes et peu étayées ; quelques informations seulement étaient éparpillées dans différents magazines. Cela ne facilitait donc pas l'approche des renseignements par les touristes. Après dix ans d'organisation de Festivals, le Comité populaire de la province de TTH a fait établir en 2018 un Centre des informations et de la presse des Festivals de Hué.

Photo 78 : L'inauguration du Centre des informations et de la presse du Festival de Hué en 2018.

(© huefestival.com)

196 Entretien avec M. Dang LE, employé de l'agence de voyage Huetourist (Hué, février et mars 2018).

Cet événement prouve l'importance qu'on les médias dans la promotion et la valorisation touristique de la province. En ce sens, il y a une chaîne d'e-information officielle qui rassemble les informations importantes concernant l'organisation des Festivals et les événements touristiques dans toute la province. Par conséquent, des informations plus abondantes et rapides favorisent, pour les visiteurs et lecteurs, la mise à jour de leurs connaissances portant sur un de leurs endroits préférés.

Ce n'est plus le cas depuis que certaines presses et plusieurs médias locaux prennent l'initiative de faire leur propre promotion pour une destination particulière. De plus, actuellement, leurs confrères issus d'autres régions du Vietnam et même de l'étranger viennent pour rédiger des articles de diffusion concernant le tourisme dans la province de TTH. Quand le touriste fait une recherche sur tel lieu touristique local, il peut trouver des articles écrits et publiés par des e-journaux d'autres régions. De ce fait, cette coopération contribue véritablement à faire une promotion des plus étendues. Le rapprochement des informations entre les journalistes locaux et ceux venant d'autres régions apporte ainsi de nouvelles connaissances culturelles s'avérant multidimensionnelles.

Photo 79 : La promotion du tourisme de la province de Thua Thien Hué via le cinéma, 2019.

(© baothuathienhue.vn)

La promotion du tourisme se développe selon plusieurs formes : la coopération avec des sociétés de tourisme et des agences de voyages dans les autres régions du Vietnam et à l'étranger. Ce n'était pas le cas lorsque les destinations touristiques de la province étaient présentées dans les journaux, les sites web de Hué. Mais maintenant, la promotion de ces lieux est diffusée sur plusieurs sites web « non-locaux ». En outre, il y a de plus en plus de metteurs en scène qui exploitent la culture féodale, les traditions et le mode de vie de Huéens afin de réaliser des films. Cela contribue véritablement à la promotion de la culture et de la vie des gens locaux ; et peut donc motiver les téléspectateurs et les touristes à venir sur place dans le but d'expérimenter ces représentations touristiques montrées à travers des films.

En bref, il s'agit d'une évolution de la coopération au niveau des médias, qui joue un rôle très important dans la promotion de l'image touristique sous différents angles et points de vue ; ceci aidant à mener à bien des projets d'investissement en faveur du développement du tourisme dans la province de TTH.

II.3.3 Les administrateurs locaux

II.3.3.1 Les stratégies

Comme nous l'avons abordé ci-dessus, les résultats des entretiens auprès des autochtones et des agents de voyages montrent que le tourisme est arrivé dans certains villages de métiers artisanaux de la province de TTH grâce aux agences de voyages. Ils y font des études de terrain et y envoient des touristes pour que puisse être mis en œuvre des activités de découverte de la culture indigène, avec en parallèle le développement du tourisme communautaire. Par la suite, les administrateurs commencent à se mettre à l'œuvre afin d'accélérer la valorisation des métiers artisanaux ainsi que la culture locale.

En effet, la province a planifié le développement des métiers traditionnels et des villages artisanaux locaux à l'horizon 2025[197]. Selon son plan, la province organise

[197] Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

l'espace des villages de métiers traditionnels et forme également des ressources humaines afin de développer ces métiers, les présenter et participer aux activités de promotion du tourisme. Des circuits touristiques ont été lancés dans ces villages de métiers traditionnels, avec des premiers résultats très encourageants.

La province investira et soutiendra principalement le développement des villages de métiers traditionnels en association avec le tourisme[198]. Thua Thien Hue donnera la priorité à la restauration et au développement des métiers principaux suivants : le village de fonderie de Huê (quartier de Phuong Duc) ; ***le village de poterie de Phuoc Tich*** et de sculpture sur bois de My Xuyên (commune de Phong Hoa, district de Phong Diên) ; ***le village de peintures populaires de Sình*** et ***de fleurs en papier de Thanh Tiên*** (commune de Phu Mâu, district de Phu Vang) ; le village de chapeaux coniques de Thuy Thanh (commune de Thuy Thay, sous-préfecture de Huong Thuy) et de My Lam (commune de Phú My, district de Phu Vang) ; le village de tissage de Zèng dans les communes d'A Roàng, d'A Dot (centre urbain d'A Luoi, district d'A Luoi) ; ***le village de vannerie de bambou et rotin de Bao La*** (commune de Quang Phu, Thuy Lap et Quang Loi, district de Quang Diên), ***le village de bâtons d'encens Thuy Xuan (Hué)***.

La province de TTH oriente également le développement des villages de métiers traditionnels grâce au tourisme, afin d'établir un processus de fabrication local à travers la vente des produits de ces villages. Il en est de même pour les services touristiques, dans le but de créer plus d'emplois pour les travailleurs ruraux.

Selon le Service du Tourisme de la province de TTH, dans la période 2015-2020, la province a investi 144.3 milliards de dongs (5 millions d'euro) dans le cadre du développement des villages de métiers traditionnels[199]. En ce sens, les secteurs

---

198 Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025 », Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

199 Selon le Rapport de projet d'investissements touristiques du Service du tourisme de la province de Thua Thien Hué en 2015.

URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=4&cn=307&tc=74813 (consulté le 14 février 2018).

primordiaux concernés sont : apprendre un métier aux habitants et le leur faire maîtriser ; promouvoir l'image touristique de ces villages ; élargir le marché de consommation des produits artisanaux.

Selon la Circulaire numéro 1622/QD-UBND du 26 août 2013 : «Aménagement global du développement du tourisme de la province de TTH pendant la période 2013-2030[200]», nous notons que :

- En 2020, le tourisme estimé à 52-53% du PIB de la province, accueillerait 5.1 million de touristes dont 2 millions de touristes internationaux, et créerait 22.000 emplois directs et indirects.

- En 2025, le tourisme estimé à 8.8 million de touristes dont 3.2 millions de touristes internationaux, créerait 37.000 emplois directs et indirects.

- En 2030 le tourisme est prévu pour être porté à 12 million de touristes dont 5 millions de touristes internationaux, et créerait 62.400 emplois directs et indirects.

La croissance moyenne du tourisme pendant la période 2015-2030 atteindrait 11%.

Développer le tourisme communautaire *via* des villages de métiers traditionnels et l'éco-tourisme.

Selon la Circulaire numéro 111/QD-UBND, 17 janvier 2015 : «Aménagement du développement des métiers traditionnels et des villages de métiers traditionnels de la province de Thua Thien Hué jusqu'en 2020, orientation jusqu'en 2025», l'objectif est de[201] :

---

200 Rapport du «Aménagement général du développement du tourisme de la province de Thua Thien Hué, période 2013 – 2030», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 1622/QD-UBND, 2013.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1622-QD-UBND-2013-quy-hoach-tong-the-phat-trien-du-lich-Thua-Thien-Hue-205625.aspx (consulté le 14 février 2018).

201 Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

- Restituer et préserver des villages de métiers traditionnels qui risquent de disparaître.

- Faire revivre des métiers traditionnels ayant une production instable.

- Développer des métiers qui sont connus et se maintiennent bien.

- Conserver et développer les métiers traditionnels dans les zones d'ethnies minoritaires de la province.

- Accélérer l'industrialisation et la modernisation des régions rurales afin de pouvoir transformer le système économique agricole : développer davantage les valeurs de la production industrielle et des services.
- Créer beaucoup d'emplois et augmenter le salaire des employés qui contribuent à améliorer l'environnement social et culturel dans le sens durable des régions rurales.
- Envisager la valorisation des identités culturelles locales en construisant une nouvelle société rurale.
- Appliquer les nouvelles sciences et technologies dans la production afin de varier les modèles, améliorer la puissance de production, la qualité et la capacité de concurrence. Il est souhaitable de choisir des villages de métiers artisanaux ayant lune efficacité économique certaine et en mettant accent sur la protection de l'environnement ; ainsi qu'en les coordonnant avec le développement du tourisme dans une perspective de pérennisation des valeurs des métiers artisanaux.

Selon la Décision 2636/QD-BNNPTNT prise par le Ministère de l'agriculture et du développement rural le 31 octobre 2011, ses objectifs sont de valoriser et de développer des villages de métiers artisanaux. Dans cette Décision, l'accent est mis sur la coordination entre les villages de métiers et le tourisme afin d'atteindre les objectifs suivants[202] :

---

[202] Décision de «la pérennisation et du développement des villages de métiers», Ministère de l'agriculture et du développement rural du Vietnam, Numéro 2636/QD-BNNPTNT, 2011.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-2636-QD-BNN-CB-phe-duyet-Chuong-trinh-Bao-ton-va-phat-trien-132512.aspx (consulté le 28 décembre 017).

- Développer le tourisme en général et notamment le tourisme rural, le tourisme communautaire et le tourisme dans les villages de métiers artisanaux en particulier.

- Mettre en valeur les facteurs issus des médias

Le gouvernement vietnamien a pris l'arrêté N°52/2018/ND-CP au sujet du développement des métiers ruraux[203]. Cet arrêté met en exergue le fait que l'Etat encourage et favorise de bonnes conditions et aide ainsi les établissements de métiers ruraux dont les métiers artisanaux dans le commerce. Il en fait la promotion dans le cadre du Programme de la promotion du commerce national. L'Etat organise des programmes de promotion commerciale en faveur des établissements des métiers ruraux tels que la conception d sites web, le commerce en ligne, le design des modèles et le packaging, l'élaboration d'un label, la protection du label, l'organisation de concours de produits artisanaux vietnamiens, etc. L'Etat subventionne à hauteur de 50 % les frais (en ne dépassant pas 50 millions de dong par établissement - équivalent à 1.850 euros) dévolus aux établissements de métiers ruraux[204].

D'ailleurs, les villages de métiers artisanaux bénéficient également des politiques d'encouragement du développement des budgets régionaux comme par exemple l'investissement dans les infrastructures des villages et des ateliers (les routes ; les systèmes d'eau, d'électricité et d'hygiène ; les points de ventes ; les centres d'exposition des produits artisanaux).

D'après Monsieur Dung NGUYEN[205], il faudrait déterminer et rechercher des villages qui ont des potentialités afin d'accélérer la coopération inter-régionale. Il a

---

203 Arrêté du «Développement des métiers ruraux», Gouvernement vietnamien, Numéro 52/2018/ND-CP, 2018.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Nghi-dinh-52-2018-ND-CP-phat-trien-nganh-nghe-nong-thon-326098.aspx (consulté le 02 juin 2018).

204 Arrêté du « Développement des métiers ruraux », Gouvernement vietnamien, Numéro 52/2018/ND-CP, 2018.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Nghi-dinh-52-2018-ND-CP-phat-trien-nganh-nghe-nong-thon-326098.aspx (consulté le 02 juin 2018).

205 Entretien avec M. Dung NGUYEN, Vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué (Hué, décembre 2016, juillet 2017 et mars 2018).

ajouté qu'il est nécessaire de mettre en route des formations selon le besoin de chaque métier. Il a confirmé : *«En parallèle des stratégies d'investissement dans les infrastructures des villages de métiers artisanaux en faveur du développement touristique, le Comité populaire de la province de TTH met l'accent sur la formation des artisans, la promotion des valeurs des identités culturelles des métiers et l'encouragement des autochtones à participer au développement du tourisme communautaire. Nous souhaitons faire resurgir le sentiment de fierté de la communauté locale en conservant leurs valeurs culturelles et historiques. La coordination entre des villages de métiers artisanaux et le tourisme est un bon moyen d'accélérer la promotion touristique et d'attirer des touristes en créant des emplois auprès des autochtones. Il est également susceptible de diffuser auprès des touristes une autre image de la province de TTH : la vie des villageois des campagnes, des métiers artisanaux reflétant les évolutions historiques et traditionnelles des Huéens et la variété des environnements naturels. Développer le tourisme communautaire est notre orientation à long terme, parallèlement à la conservation des valeurs monumentales historiques»*. Selon Monsieur Thanh NGUYEN[206], les villages de métiers traditionnels ont une petite envergure, allié à un fond modeste. La qualité des produits artisanaux n'est pas très bonne et manque de variété. Par conséquent, plus de 1.000 personnes sont actuellement formés au sein de différents métiers artisanaux.

II.3.3.2 Les coopérations

Le Comité populaire de la province de la province de TTH met davantage l'accent sur la coopération touristique avec d'autres régions du Vietnam et de l'étranger, en accélérant la promotion et en établissant un label de tourisme pour la province. En effet, il favorise des politiques de développement et de coopération dans la province et dans le Vietnam auprès des services concernés, en faveur du développement du tourisme communautaire tels que le Service du Tourisme, l'Association du Tourisme, l'Association des métiers artisanaux, le Service de l'Agriculture et du Développement rural, le Service du Commerce et le Service des

[206] Entretien avec M. Thanh NGUYEN, directeur du Service du commerce de la province de Thua Thien Hué (Hué, février 2018).

affaires étrangères.

Photo 80 : La signature de coopération au sujet du développement du tourisme entre la société du tourisme FayFay Vietnam et le Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2019.

(© baothuathienhue.vn)

Photo 81 : La coopération du développement touristique entre la province de Thua Thien Hué et celle de Quang Ninh, 2018. (© baothuathienhue.vn)

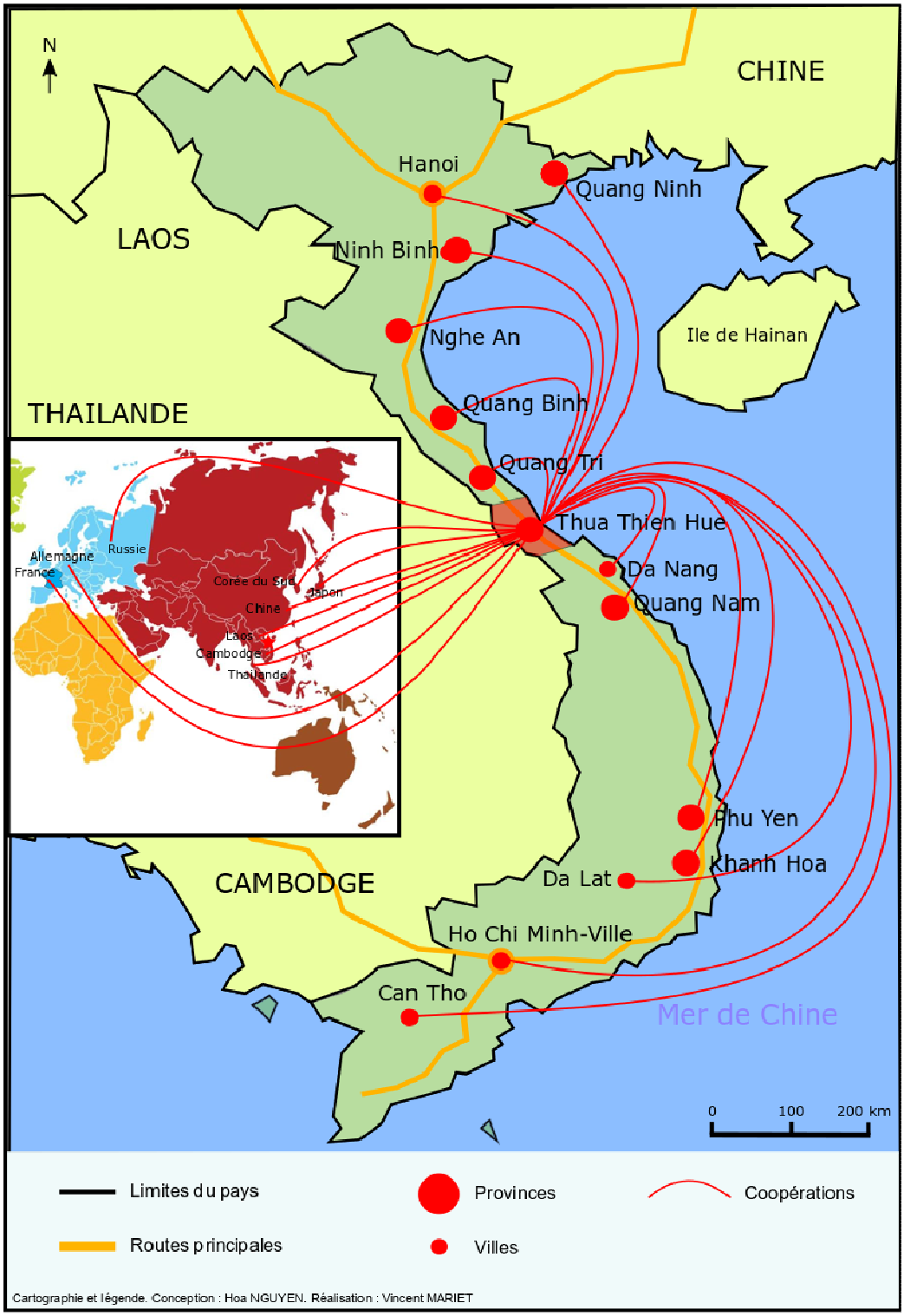
Au niveau du développement touristique, la province de TTH a commencé à se mettre en relation avec plusieurs régions vietnamiennes et étrangères depuis le premier Festival de Hué en 2000, relations qui se poursuivent à l'heure actuelle. Cette coopération se multiplie davantage, dans l'objectif de diffuser les potentialités touristiques et la préservation des cultures traditionnelles en valorisant les patrimoines matériels et immatériels. Les coopérations internationales avec des pays d'Asie (le Japon, la Corée du Sud, la Chine, la Thaïlande, le Cambodge, le Laos) et ceux en Europe (la France, l'Allemagne, la Russie) fondent une base politique et commerciale afin que des agences de voyages de Hué puissent avancer dans l'expansion de leur promotion touristique pour ainsi attirer les touristes dans la

découverte de ces opportunités issues de la province[207].

Ainsi, «*dans le contexte actuel de l'élargissement du développement économique et commercial, le Comité populaire de la province de TTH favorise la coopération avec les autres Services du Tourisme dans le Vietnam dans le but de promouvoir les produits touristiques, de varier les marchés de clientèle et de favoriser les agences de voyages pouvant concevoir des circuits touristiques plus attirants*[208]».

[207] Entretien avec M. Huu Minh LE, directeur du Service du tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, juin et juillet 2017 et février 2018).

[208] Idem.



Carte 8 : Les coopérations en termes de tourisme entre la province de Thua Thien Hué et les autres régions nationales et internationales.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)

II.3.3.3 L'organisation de concours ou d'actions pour la promotion du tourisme

Afin de diffuser l'image touristique de la province de TTH selon différents points de vue, le Comité populaire de la province de TTH organise des concours tels que : la conception du logo et du slogan de tourisme, la meilleure photo touristique de Hué, la réalisation d'un film sur Hué, etc. Grâce à ces concours, des auteurs exploitent la beauté de la province selon différents angles d'approche en tant que photographe, journaliste, ingénieur, peintre, économiste, enseignant, metteur en scène, etc[209].

D'après M.Thang DINH[210] : *«la province de TTH possède beaucoup de potentialités touristiques mais de l'année 1993 à 2010, nous nous sommes seulement focalisés sur les monuments historiques. Du fait de l'évolution du tourisme sur plusieurs aspects (motivations, comportements, destinations), nous nous intéressons à l'exploitation de ces opportunités en coopérant avec d'autres prestataires et d'autres destinations touristiques. L'organisation des expositions, des foires de tourisme et des conférences sur ce thème ouvrent de nouvelles voies pour attirer des sponsors, des investisseurs du Vietnam et de l'étranger et notamment permettre l'échange d'artisans dans le but d'apprendre de nouvelles techniques et de nouveaux modèles de création.»*

Photo 82 : Le logo du label touristique de Hué (2019) avec le slogan «Ancienne capitale, nouvelles expériences». (© vietnamhuetourism.vn)

209 Les concours sont affichés en public sur les sites web : www.vietnamhuetourism.vn, fanpage Hue Tourism Information Center, fanpage Service du Tourisme de la province de TTH.

210 Entretien avec M. Manh Thang DINH, président de l'Association du tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, février et mars 2018).

En matière de coopération, les stratégies et les orientations à l'horizon 2030 du développement touristique lancées par le Comité populaire de la province de TTH, sont de renforcer les coopérations acquises et d'en étendre de nouvelles à l'étranger, car liées au développement du tourisme et des métiers artisanaux. La province de TTH mobilise également des coopérations dans d'autres domaines tels que les médias, l'hôtellerie, la finance, afin de trouver de nouveaux investisseurs pour la promotion et la construction des infrastructures touristiques.

II.3.3.4 Du renforcement du label «pivot» du tourisme (la culture - les patrimoines), à la recherche des nouveaux produits

On peut donc confirmer que les points forts touristiques de la province de TTH sont la culture et le patrimoine. Les touristes sont dirigés par défaut vers un choix de monuments historiques prédéfinis. Ces visites sont traditionnellement organisées par des visites guidées, où les touristes sont très passifs. «*Nous avons mis en place de nouvelles activités dans la cité impériale des tombeaux royaux… mais ce n'est pas suffisant en tant que grands monuments patrimoniaux. De plus, la mise en place de produits liés à l'histoire et à la culture issues de périodes féodales méconnues peut provoquer des incompréhensions auprès du grand public. Les investisseurs hésitent par conséquent à financer ces sortes de projets sortant de l'ordinaire*[211]».

«*Dans la promotion de l'image touristique de la province de TTH, nous mettons notamment l'accent sur les valeurs culturelles et patrimoniales. Ce sont des atouts primordiaux considérés comme le label touristique de la province. Développer le tourisme en se basant sur ces potentialités est indispensable afin de les perpétuer et les faire hériter aux générations futures. Il faut aussi comprendre que ces valeurs culturelles impliquent des métiers artisanaux, des monuments, des traditions et des coutumes indigènes. Il faut donc davantage varier les produits touristiques, sans oublier la conservation de leurs valeurs*[212]».

---

[211] Entretien avec M. Hai PHAN, directeur du centre de la conversation des patrimoines de Hué (Hué, février 2018).

[212] Entretien avec M. Thanh Minh TRUONG, directeur du centre de la promotion du tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

Photo 83 (à gauche) : La journée de la formation des volontaires du Festival de Hué en 2018.

(© vietnamhuetourism.vn)

Photo 84 (à droite): La foire du tourisme de la province de Thua Thien Hué.

(© vietnamhuetourism.vn)

Dans le but d'intégrer les touristes dans des activités plus attrayantes, les professionnels sont à la recherche de nouveaux produits afin de pouvoir les diriger vers la découverte de la culture indigène des autochtones, comme les métiers artisanaux avec une participation à la vie quotidienne des habitants. *«Le tourisme de Hué manque d'une «explosion» de nouveaux produits. La mise en place du tourisme communautaire n'apporte pas encore les résultats escomptés. La qualité des services et des produits est évaluée à un niveau seulement acceptable. Un manque de professionnalisme certain nuit à la mise en œuvre d'une promotion à long terme*[213]*».*

En effet, le label «pivot» (la culture et les patrimoines) de Hué est marqué mais très «vulnérable». L'excès d'exploitation des patrimoines et l'immuabilité des activités touristiques aboutissent à une redondance excessive et ennuient donc les touristes. «*Les administrateurs élaborent et mettent en œuvre des stratégies et des politiques et investissent en faveur du développement touristique, tandis que la mise en commerce et l'accélération de la promotion des circuits sont prises en charge par les professionnels (les agences de voyages). La vocation de ces derniers est de créer*

[213] Entretien avec M. Michal ZITE, directeur exécutif du resort Laguna de Hué (travail de terrain, juillet 2017).

davantage de nouveaux produits qui peuvent à la fois renforcer le label de Hué et aussi mettre en valeur d'autres cultures cachées comme les traditions, la religion, les coutumes et les métiers artisanaux. Tout cela contribue à créer de nouveaux produits tout en pérennisant les patrimoines historiques de Hué[214]».

En conclusion, les administrateurs locaux gèrent les affaires administratives et judiciaires en faveur des coopérations et des stratégies de développement touristique. Ils mobilisent les investissements économiques à travers des concours et des actions, dans le but de promouvoir l'image touristique de la province de TTH. Bien que le Comité populaire de la province a projeté des investissements dans certains villages de métiers artisanaux tels que les villages de Phuoc Tich ou encore de Thanh Tien, ses budgets ne sont toutefois pas suffisants pour mettre tous ces villages en conservation. De ce fait, favoriser le développement du tourisme, organiser des formations auprès des artisans et mettre en œuvre des expositions sont les missions principales des administrateurs locaux dans leur contribution au développement du tourisme communautaire. Ceci permet donc d'immerger les touristes dans les cultures locales, ce qui par conséquent permet de créer des emplois chez les autochtones.

214 Entretien avec M. Luc TRAN (Hué, juin et juillet 2017, février 2018).

Chapitre 4: La mutation touristique dans les villages de métiers artisanaux

II.4.1 Le changement de comportement du touriste et de l'habitant

II.4.1.1 Chez l'habitant

Comme nous l'avons vu dans le deuxième chapitre, les artisans se sont rapprochés du tourisme suite aux événements s'étant déroulés lors des festivals organisés dans la province. Leurs métiers traditionnels ont progressivement disparu pour plusieurs raisons : la concurrence des produits industriels, le changement des habitudes et des coutumes, etc. Des générations d'artisans ont été témoins de l'évolution de l'histoire du village et du changement des comportements sociaux. L'évolution des métiers artisanaux est liée aux traditions et aux besoins quotidiens de chaque époque. Par conséquent, à travers les objets confectionnés, les futures générations peuvent hériter des valeurs culturelles de leurs origines. *«La culture est une espèce de tissu social comprenant plusieurs moyens et expressions d'une certaine société. Les coutumes et les pratiques/habitudes, les façons d'être, les rituels, les façons de s'habiller et les règles du comportement sont des aspects que la culture englobe et prévoie»*[215]. Selon l'Unesco : *«la culture est l'ensemble des réflexions, des matériels, des connaissances et des émotions d'une société ou d'un grand nombre de personnes dans la société. Elle comprend, à part la littérature et l'art, le mode de vie ; le savoir-vivre ; le système des valeurs, des traditions et des croyances. La culture donne à l'être humain la capacité de réflexion de soi-même : par le biais de réflexions, l'homme discerne les valeurs et part à la recherche de nouvelles significations*[216]*»*.

En ce sens, les métiers artisanaux représentent une culture historique (un héritage social au fil des sociétés), une culture mentale (un ensemble d'idées liées aux habitudes de vie), une culture structurelle (des symboles à travers les techniques de confection des produits) et une culture symbolique (des significations artistiques

---

215 «Définition de culture»

URL : http://lesdefinitions.fr/culture (consulté le 20 février 2018).

216 «Définition de culture»

URL : http://fr.unesco.org (consulté le 20 février 2018).

dans la société lors d'une période historique). Les artisans sont immergés dans ces cultures dès leur naissance. C'est pourquoi la disparition progressive de leur héritage immatériel leur est difficile à appréhender. Afin de pérenniser les métiers artisanaux, il faut donc que les artisans continuent à exercer leur métier. Le tourisme arrive ainsi dans les villages de métiers artisanaux, ces derniers ayant pour objectif la propagation de leurs valeurs culturelles dans le Vietnam voire même le monde entier.

D'après les résultats des entretiens réalisés en 2017 et 2018 auprès des autochtones (les habitants locaux et les artisans) dans les cinq villages ciblés, nous arrivons à synthétiser les changements de comportement de l'habitant dans les activités touristiques lors des trois périodes suivantes :

HABITANT	1993 - 2004	2005 - 2010	2011 - aujourd'hui
Type d'activités	L'habitant ne participe pas vraiment aux activités touristiques.	Travaille en tant qu'artisan et parfois en tant qu'agent touristique	Travaille en tant qu'artisan, agent touristique et transmetteur d'informations.
Contact avec les touristes	Très peu	Des interactions légères	L'habitant est plus ouvert vis-à-vis du touriste. Ils s'échangent des informations.
Manière de participer dans le tourisme	Passive et réservée	Plus active	L'habitant est plus ouvert et disponible, à la disposition des touristes.
Langue	Langue maternelle	Langue maternelle et quelques mots d'anglais.	Langue maternelle, quelques mots de langues étrangères, et langage corporel.
Contact avec les guides touristiques	Passive et réservée	Participe à la transmission des informations, avec le guide touristique, auprès des touristes.	L'habitant s'associe au guide touristique pour pouvoir transmettre des informations intéressantes et rendre des services appropriés aux touristes.

Tableau 9 : Les changements de comportement de l'habitant dans les activités touristiques.

Source : Résultats obtenus lors des entretiens avec les autochtones dans les 5 villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

La période 1993 – 2004 :

Lors de cette période, le tourisme restait étranger aux villages de Bao La et de Thanh Tien. Les habitants du village de Bao La travaillaient dans l'agriculture. Les femmes se rassemblaient en groupe afin de confectionner des objets en bambou hors des périodes de récolte. Ces objets étaient utilisés dans la vie quotidienne des habitants du village. Pour le cas du village de Thanh Tien, les fleurs en papier étaient vendues seulement à l'occasion du Nouvel an vietnamien.

Par la suite, les touristes sont arrivés dans ces trois villages particuliers pour les raisons suivantes : ils s'intéressent alors à l'ensemble des maisons-jardins traditionnelles datant de plusieurs siècles et se trouvant au village de Phuoc Tich. Lors des premiers Festivals, le sport de lutte populaire présenté au village de Sinh était une des activités touristiques. Grâce à la localisation, à proximité, des monuments historiques de Hué, les habitants du village de Thuy Xuan en profitent pour vendre leurs souvenirs auprès des touristes. Ainsi, ces derniers ont découvert ces trois villages non pas par leurs métiers artisanaux, mais bien grâce aux facteurs d'attirance cités ci-dessus.

Dans tous les cas, le tourisme était une «nouvelle notion» pour l'habitant local[217]. Il a passivement participé aux activités touristiques. *«Nous étions ravis d'accueillir les touristes afin qu'ils puissent visiter notre village. Ils souhaitaient découvrir les maisons-jardins avec l'aide d'un guide touristique. Nous faisions notre travail sans faire attention à leur présence[218]»*. Au contraire, le comportement d'une des artisans du village de Thuy Xuan a été différent *«j'ai vendu des souvenirs aux touristes. Les prix étaient collés sur les articles. Ils ont payé et sont partis[219]»*. L'habitant est simplement une vendeuse et le touriste un client. Dans d'autres cas,

---

217 NGUYEN, Ha Quynh Dao, «Danh gia tai nguyen du lich nhan van Tinh Thua Thien Hue [Evaluations des opportunités touristiques de la province de Thua Thien Hué]», thèse de doctorat, Ecole normale supérieure de Hochiminh-ville, 2015.

218 Entretien avec M. Thang Doan, habitant âgé de 56 ans du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

219 Entretien avec Mme. Nga VAN, artisane de 47 ans du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

l'habitant joue le rôle d'un spectateur, comme le touriste. Les touristes viennent aussi au village de Sinh pour découvrir la lutte populaire traditionnelle. Néanmoins, ces deux sujets ne participent d'aucune conversation. *«Nous ne parlons pas de langues étrangères. Mais nous avons cependant observé que les touristes étaient contents de ce spectacle*[220]*»*.

En situation, le comportement du touriste se révélait réservé et passif. Pour eux, le sujet de leur visite touristique concernait les traces matérielles, les monuments ou les vestiges historiques trouvés dans le village. Il n'est pas intervenu dans les activités même si le guide touristique a été aidé par les villageois afin de clarifier certains éléments portant sur leur village. Cependant, le contact même avec le touriste n'a pas effectué, pour cause d'incompréhensions linguistique et de manque de confiance.

La période 2005 -2010 :

Progressivement, l'arrivée des touristes devient une habitude régulière chez l'habitant. L'ampleur des Festivals de métiers artisanaux et le succès des Festivals de Hué engendrent une explosion du tourisme dans ces villages. L'habitant participe au tourisme plus activement. *«Nous sommes très fiers quand les touristes achètent nos produits». «Nous sommes toujours disponibles pour répondre aux questions posées par le touriste». «Il est vrai que le tourisme rend notre village plus connu. Nous sommes heureux quand le touriste participe à la confection des produits avec nous»*. Ce sont les phrases-clés retenues lors des entretiens avec les habitants[221].

Cela montre que la distance entre l'habitant et le touriste diminue. L'habitant se rapproche petit à petit du touriste dans les conversations, par l'intermédiaire du guide touristique. Il joue également le guide touristique local en langue vietnamienne. Pourtant, ce rôle reste, passif dans le sens où les questions-réponses sont posées mais avec un manque d'interactions réciproques. «*Je réponds aux questions et c'est tout. Je n'ose pas aller plus loin avec le touriste. Je me concentre sur mon travail. Mais si*

[220] Entretien avec M. Hoang NGUYEN, artisan âgé de 39 ans du village de Sinh (travail de terrain, juin et juillet 2017).

[221] Résultats obtenus lors des entretiens avec des autochtones dans les villages de métiers artisanaux (travail de terrain de 2016 à 2018).

le guide me pose des questions, je suis ravie de lui répondre[222]». Pourtant, quand l'artisan invite le touriste à confectionner une fleur en papier, les conversations s'établissent. «*Je guide le touriste en vietnamien, il me suit en fonction de ce que je lui montre. Pas besoin de beaucoup de paroles, car la démonstration est la plus importante*[223]». La situation est la même en ce qui concerne la confection des bâtons d'encens. «*Le touriste s'approche naturellement de la machine à côté de moi, il me suit et la met en pratique*[224]». Les conversations sont limitées mais grâce aux techniques de confection des produits artisanaux, le touriste et l'habitant peuvent se comprendre.

Le rôle du guide touristique reste cependant important car le rôle de l'habitant reste lui, passif. Le touriste exploite sa nouvelle destination pour plusieurs raisons : visiter un nouvel endroit, découvrir une culturelle, faire une recherche sur un sujet, etc. Mais l'habitant reste immobile, son environnement reste habituel, sa culture et sa routine aussi. Toutes les interactions sont faites du côté du guide touristique et du touriste. L'habitant transmet ses connaissances voire sa fierté envers ses produits ainsi que ses réflexions aux touristes qui souhaitent s'initier à une nouvelle culture. «*Nous rencontrons le touriste pour lui parler de notre histoire, notre culture, notre travail et aussi notre région. Nous sommes contents de faire connaître notre village aux autres*[225]».

<u>De 2011 à aujourd'hui</u> :

Les villages de métiers artisanaux deviennent une des opportunités touristiques culturelles de la province de TTH. Les stratégies de développement de ces villages sont lancées dans un objectif de conservation de l'élite des métiers du

---

222 Entretien avec Mme. Huyen LE, artisane âgée de 34 ans du village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

223 Entretien avec un artisan âgé de 18 ans du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017).

224 Entretien avec une artisane âgée de 27 ans du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017).

225 Entretien avec une artisane âgée de 60 ans du village de Sinh (travail de terrain, juin et juillet 2017).

peuple en général et des traditions en particulier. Certes, ce type de tourisme, «la découverte des métiers artisanaux», est suggéré dans les circuits proposés par les agences de voyages. Mais les investissements financiers venus du Comité populaire et des agences montrent une grande volonté de valorisation des métiers artisanaux et d'aide aux autochtones afin qu'ils puissent trouver des emplois dans le domaine du tourisme.

Par conséquent, l'habitant s'engage davantage dans le tourisme. Il devient un nécessaire transmetteur des informations concernant son village et de son métier. Il participe activement aux conversations avec le guide touristique et le touriste. Il joue le rôle du guide touristique, de manière active, en langue vietnamienne. L'interaction entre l'habitant et le touriste est réciproquement établie. «*Nous nous sentons plus à l'aise dans le contact avec le touriste. Il nous a laissé ses coordonnées et il nous a même envoyé une carte postale à son retour. Nous en sommes heureux*[226]».

La répétition des explications concernant notre village et notre métier nous aide à apprendre quelques mots de salutation en langues étrangères. «*Le touriste nous salue en vietnamien et nous aussi, en sa langue. Ceci efface la distance et la différence entre nous*[227]». Un artisan du village de Thanh Tien s'exprime : «*j'essaie d'apprendre quelques mots techniques en langues étrangères afin de pouvoir parler au touriste. Cela rend l'ambiance plus conviviale et amicale. Le touriste en est content. Pour moi, expliquer à faire une fleur en papier aux Vietnamiens ou aux étrangers, c'est une émotion car je suis heureux de partager cette beauté avec tout le monde* [228]». La volonté de parler en langues étrangères avec l'habitant (même si ce ne sont que des mots simples) efface la frontière entre le découvreur (d'une culture) et le transmetteur (de cette culture).

---

226 Entretien avec un habitant âgé de 41 ans du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

227 Entretien avec une habitante âgée de 33 ans du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

228 Entretien avec un habitant âgé de 63 ans du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017, février 2018).

Au sein de cette évolution, l'habitant se coordonne avec le guide touristique pour transmettre les bonnes informations au touriste. Le premier s'engage à le satisfaire. Autrement dit, par rapport aux années précédentes, le guide touristique devient le responsable du succès d'une visite. L'habitant est quant à lui considéré comme un facteur d'accueil. Actuellement, le succès d'une visite dépend en effet aussi de l'accueil et des connaissances de l'habitant. «*Nous souhaitons que le touriste soit content de sa visite dans notre village et qu'il y revienne ultérieurement*». «*Nous observons les émotions et les mimiques du touriste lors de sa visite. Nous sentons ses émotions négatives et positives*»[229]. L'habitant prend en effet pour sa part une grande responsabilité dans la satisfaction du touriste lors de ses visites. Il espère transmettre sa fierté et son savoir-faire au travers de son métier artisanal et de l'histoire de son village.

Le comportement de l'habitant est positivement changé dans le but d'accélérer le développement du tourisme et de pérenniser son métier traditionnel hérité de ses ancêtres. Ce changement positif fait attirer davantage de touristes dans les villages de métiers artisanaux. «*Nous sommes contents du fait que l'habitant comprend les valeurs traditionnelles et culturelles de son propre métier. Il participe au tourisme activement. Il a la bonne volonté de suivre les formations nécessaires à un accueil de qualité des touristes*[230]».

Le changement de comportement évolue favorablement au fil du temps. Il est évalué comme un des facteurs importants dans la promotion des villages, la satisfaction des touristes après leur visite et la conservation des métiers artisanaux. Les politiques et les investissements en faveur des villages de métiers artisanaux encouragent l'habitant (dont l'artisan) à promouvoir leur village par leur propre manière : l'accueil, le savoir-faire, les activités touristiques, la passion du métier… C'est le changement de comportement de l'habitant qui crée une image typique et qui attire par conséquent le touriste. Ce comportement positif contribue donc à

[229] Résultats obtenus lors des entretiens avec les autochtones de cinq villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

[230] Entretien avec M. Thang DINH, président de l'Association du tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, décembre 2016, juillet 2017, février 2018).

développer une interaction réciproque entre l'habitant et le touriste. C'est le but du tourisme durable, où l'habitant est le noyau de l'activité.

II.4.1.2 Chez le touriste

Depuis 1993, dans la province de TTH, l'ensemble des monuments historiques ont ouvert leurs portes touristiques. L'histoire, les cultures et les traditions attirent les touristes désireux de venir découvrir ses vestiges datant des époques féodales et des périodes de guerre.

Du côté du touriste, «*le besoin de bouger semble irrépressible, dès qu'un pays atteint un niveau de développement qui lui permet de satisfaire ses besoins élémentaires et d'accorder un droit au temps libre*[231]». En outre, le touriste «*se meut dans un but, et c'est ce but qui est une nouvelle expérience, l'expérience de la différence et de la nouveauté, alors que les plaisirs tirés de l'inconnu s'usent et cessent d'être attractifs*[232]». Comme nous l'avons analysé dans le chapitre précédent, on note une augmentation du nombre de touristes et du choix de circuits touristiques, de 1993 au début de l'année 2019. Or, en fonction de cette évolution, le comportement du touriste change, au fil des mutations des sociétés et des sociologies humaines.

<u>La période 1993 – 2004</u> :

D'après des entretiens semi-guidés sur place, auprès des agents de voyages, nous arrivons à obtenir des informations concernant par exemple le fait que les circuits touristiques dans la province de TTH comportent principalement des visites de la cité impériale, des pagodes, des temples et des tombeaux royaux. En bref, les vestiges historiques connus sont considérés comme une image typique du tourisme de TTH. «*Ce sont les clichés agréables du tourisme de Hué. Néanmoins,*

231 CROZAT, D., et ALVES, D., *Le touriste et l'habitant*, Paris, Editions Connaissances et Savoirs, 2018.

232 BAUMAN, Z., *Questions d'identités culturelles*, Buenos Aires-Madrid, Amorrortu ed., 2003.

l'exploitation touristique de ces sites aboutit un tourisme de masse qui va à l'encontre du tourisme durable[233]».

Pour le touriste, c'est l'expérience d'une destination nouvelle. La promotion a été particulièrement axée sur les monuments. Lors de cette période, le touriste s'est rapproché de cette nouvelle expérience par l'intermédiaire d'un guide touristique, ou par lui-même. Mais dans le contexte de cette époque, la participation au tourisme restait passive et réservée. En parallèle, comme abordé dans la rubrique précédente, l'habitant n'a en effet pas participé au tourisme. Le touriste avait par conséquent du mal à entrer en contact avec l'habitant. Les activités touristiques étaient réalisées selon le bon vouloir du guide touristique ; le succès d'une destination dépendant donc du guide touristique. Le touriste était un récepteur des informations transmises par le guide. En ce sens, son rôle dans le tourisme était par conséquent évalué comme passif.

«*Nous nous sommes positionnés seulement sur les circuits classiques qui étaient le plus demandés chez le touriste. À cette époque, quand on parlait du tourisme de Hué, on pensait aussitôt aux clichés. Les circuits étaient restreints, au niveau du choix des sites, chez le touriste*[234]». Les monuments historiques, ciblés par le touriste, étaient donc principalement l'objet de leur visite. Le changement, de son milieu habituel, pour s'engager dans une nouvelle expérience (y compris les imaginaires du tourisme), est difficile à appréhender pour le touriste, qui n'a finalement ciblé que les «objets immobiles» et non pas la prise de contact avec les autochtones. La frontière constituée par les langues étrangères, les différentes cultures, les modes de vie, a empêché la participation intégrale du touriste, dans la découverte d'une région locale vietnamienne.

<u>La période 2005 – 2010</u> :

Lors de cette période, le tourisme dans la province de TTH a explosé dans plusieurs domaines (nombre de touristes, circuits, objectifs de voyage,

233 Entretien avec M. Khanh NGUYEN, employée de l'agence de Viettravel (Hué, juin et juillet 2017).

234 Entretien avec M.Toan TRAN, employé de l'agence de voyage de Vidotour (Hué, juillet 2017, février et mars 2018).

infrastructures, etc.). Les Festivals ont gagné en réputation. Le tourisme est ainsi devenu l'économie de pointe de la province[235]. La tendance sociale des motifs quant au tourisme a changé. Le touriste ne se cantonne plus aux circuits classiques et habituels. Cela oblige donc à créer des circuits ayant de nouveaux et différents thèmes[236].

«*L'expérience touristique en milieu indigène peut être aussi bien le fait du tourisme de masse, que de petits groupes de visiteurs curieux de connaître davantage les cultures autochtones*[237]». En sachant que les circuits classiques font augmenter le tourisme de masse, la découverte des cultures indigènes et authentiques attire pourtant un petit nombre d'autres touristes. Les visites des villages de métiers artisanaux sont devenues des destinations où le touriste peut obtenir une nouvelle vue sur la province de TTH, en engageant la conversation avec les autochtones.

La découverte d'une culture locale rend en effet plus claires les imaginaires du voyage que le touriste peut avoir en tête. Plusieurs visions s'installent en ce qui concerne la construction des identités, des groupes humains ou la définition de la notion de culture[238]. Le comportement du touriste a évolué. D'une participation passive et réservée dans le tourisme, il s'approche ensuite progressivement de l'habitant, afin de mieux comprendre son mode de vie et ses coutumes. La tendance quant au motif du voyage montre que le touriste souhaite expérimenter, avec les autochtones, la culture indigène. Au lieu de recevoir passivement les informations fournies par le guide touristique, il commence enfin à intervenir dans les conversations avec l'habitant, toutefois encore par l'intermédiaire du guide.

Une des autres évolutions reconnue concerne le fait que le touriste s'engage maintenant dans les activités locales et la confection des produits artisanaux par

---

235 Entretien avec M. Dung NGUYEN, vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué (Hué, décembre 2016, juillet 2017, février 2018).

236 Entretien avec Mme. Thanh Minh NGUYEN, employée de l'agence de voyage de HGH (Hué, juillet 2017 et février 2018).

237 ARCHAMBAULT, Yves, «Tourisme et autochtones», *Téroros*, vol. 29, n° 1, 2010.

238 CROZAT, D., et ALVES, D., *Le touriste et l'habitant*, Paris, Editions Connaissances et Savoirs, 2018.

l'habitant. Le touriste peut directement entrer en contact avec l'habitant par l'intermédiaire d'un savoir-faire culturel. L'interaction entre ces deux publics se met progressivement en place. Dans ces conversations, le transmetteur peut donc être soit le guide touristique, soit l'habitant ; le savoir-faire différenciant clairement ce nouveau type de tourisme du tourisme de masse ou du tourisme cantonné classique.

TOURISTE	1993-2004	2005-2010	2011 - aujourd'hui
Type d'activités	Découverte des circuits classiques : cité impériale, tombeaux royaux, pagodes.	Découverte des circuits classiques, visite des montagnes, visite des maisons traditionnelles et des villages de métiers traditionnels.	Découvertes beaucoup plus variées : circuits classiques, visite des villages de métiers artisanaux, tourisme religieux, tourisme de méditation…
Contact avec les indigènes	Peu nombreux, l'interaction avec les habitants reste restreinte.	Le contact se met en place au fur et à mesure. Les touristes vont davantage vers les habitants.	Lors de l'interaction, l'influence entre touriste et habitant est réciproque. L'envie de découvrir la culture indigène chez le touriste fait tomber l'obstacle de la langue vis-à-vis des habitants.
Manière de participer au tourisme	Passive.	Participation modérée.	Le touriste participe activement aux activités avec les autochtones.
Langue	Langue maternelle.	Langue maternelle et langue anglaise.	Langue maternelle, langue anglaise et quelques mots de vietnamien ; quelquefois, langage corporel.
Contact avec les guides touristiques	Passive.	Demande de renseignements et d'éclaircissement vis-à-vis du discours du guide	Les demandes du touriste peuvent dépasser le cadre de la visite et il s'instaure alors un véritable dialogue entre le touriste et le guide.

Tableau 10 : Les changements de comportement du touriste dans les activités touristiques.

Source : Résultats obtenus lors des entretiens avec les autochtones dans les 5 villages étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

La période 2011 – aujourd'hui :

La position du tourisme dans la province de TTH est encore confirmée en tant que destination touristique de découverte culturelle, historique et traditionnelle[239]. En effet, «*le tourisme n'est plus vu simplement comme un service mais aussi comme la possibilité d'offrir aux visiteurs une nouvelle expérience… Nous ne sommes pas seulement dans la contemplation. Il ne s'agit plus de simplement visiter une exposition ou assister à un concert, il s'agit d'être partie prenante de ce tourisme*[240]». Certes, lors de cette période, nous remarquons que le changement du comportement du touriste s'est nettement manifesté. Le touriste a des approches novatrices et de nouvelles pratiques plus participatives, au sein d'un processus de quête d'authenticité et de rencontre[241].

L'expérience de découverte d'une culture indigène se fait par l'intermédiaire de l'entraide entre l'habitant et le guide touristique. Dans les années précédentes, cette expérience n'avait pas lieu, en raison des motifs du voyage proprement dit. Le touriste trouve, de plus en plus, que «toutes les cultures se valent» et «ces nouvelles approches offrent un changement de perspective» vis-à-vis de nouvelles cultures. Cela renforce progressivement l'idée d'une idéologie interculturelle dont le pôle différentialiste en est une des composantes[242].

Dans les villages de métiers artisanaux, le touriste prend connaissance de ces nouveautés notamment à travers la confection des produits traditionnels qui relèvent de l'histoire et de l'identité d'un peuple. «*Nous observons que les touristes s'intéressent de plus en plus aux métiers artisanaux. Chaque métier représente une*

---

239 Entretien avec M. Duc TRAN, employé du Service de tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

240 Selon la Professeure de l'université de Paris 1, directrice de l'IREST, Mme Gravari-Barbas Maria, dans le cadre d'un entretien avec le magazine Naja21 « Le tourisme c'est l'ouverture de la culture à des publics élargis ».

URL : http://naja21.com/espace-journal/maria-gravari-barbas-le-tourisme-culturel-une-possibilite-de-rencontre-avec-une-culture-qui-nest-pas-forcement-la-notre/ (consulté le 23 janvier 2019).

241 CROZAT, D., et ALVES, D., *Le touriste et l'habitant*, Paris, Editions Connaissances et Savoirs, 2018.

242 Ibid.

culture typique d'une époque historique. Le touriste arrive à comprendre les valeurs spirituelles et traditionnelles sous-entendues au travers des produits confectionnés[243]». En apprenant la confection des produits, l'interaction entre le touriste et l'habitant se met en place. Cela peut donc engendrer des conversations, afin que le premier comprenne mieux le métier artisanal et que le second dévoile les coulisses des histoires du métier et du village.

Ainsi, le transmetteur (l'habitant) et le récepteur (le touriste étranger) établissent un échange réciproque mais majoritairement non-verbal. Si le récepteur dit domestique a plus de facilités pour approcher les autochtones, les limites inhérentes aux différentes cultures régionales apparaissent néanmoins. Le sujet pivot peut être dans ce cas l'habitant, qui apporte le savoir-faire et les connaissances de son métier. C'est l'habitant qui guide les conversations et satisfait à la visite du touriste. En ce sens, le touriste peut donc davantage exploiter la culture locale, plus précisément et de manière plus authentique ; la participation du touriste dans le tourisme étant par conséquent évaluée comme ouverte et totale.

Lors de son contact avec le guide touristique, l'interaction devient plus active quant au niveau du contenu des conversations : en effet, à part des informations formelles, le guide touristique ajoute également des anecdotes et des connaissances supplémentaires afin que le touriste puisse acquérir une vue plus profonde et dimensionnelle vis-à-vis d'un village particulier. À l'aide de mimiques, de gestes et de quelques mots clés en langues étrangères, les conversations non-verbales entre le touriste et l'habitant deviennent aussi plus compréhensibles.

Le touriste et l'habitant atteignent alors leur objectif (la visite pour le touriste et l'accueil pour l'habitant), grâce à la résonance de leurs activités réciproques ainsi que leur entraide. «*Les touristes s'approchent d'abord vers nous parce qu'ils ont envie de s'immerger dans notre culture et notre histoire. Nous avons l'habitude d'accueillir des touristes venant de différentes régions du Vietnam, et des étrangers. Nous souhaitons propager en le mettant en avant la beauté de notre village, ainsi que faire connaître les métiers artisanaux. C'est pour cette raison que nous essayons*

243 Entretien avec M. Dung NGUYEN (Hué, mars 2018).

également d'avancer vers les touristes[244]*»*. En ce qui concerne les touristes domestiques, *«ils se sont rendus dans ce village pour faire des recherches historiques, dans le cadre de leur travail ou de leurs études. Nous échangeons beaucoup à propos de la découverte de différents us et coutumes*[245]*»*. Le cas est le même pour les groupes de touristes vietnamiens allant au village de Thanh Tien. La découverte d'une tradition, d'une vie spirituelle, à travers la confection des fleurs par exemple, peut leur donner de la matière en termes de recherche historique. Tout ceci dévoile donc les différentes motivations des Vietnamiens et des étrangers, sans pour autant changer leurs approches qui restent identiques auprès de l'habitant.

Cette évolution du comportement du touriste vis-à-vis de l'autochtone admet ainsi une profonde volonté quant à la découverte de la culture indigène. Les villages de métiers artisanaux doivent donc envisager davantage, au prisme de cette motivation, la promotion et la valorisation de leurs métiers traditionnels.

II.4.2 L'évaluation des interactions entre l'autochtone et le touriste dans le contexte touristique actuel

II.4.2.1 Évaluation générale des touristes sur l'accueil des autochtones dans des villages-cibles de métiers artisanaux

Quand on parle de l'interaction entre l'indigène (habitant local) et le touriste, le premier, par défaut, est un facteur d'« immobilité », et le dernier de « mobilité ». En effet, l'habitant ne se déplace pas en termes de géographie, et ne vas donc pas de soi à la découverte des nouvelles cultures arrivantes. Tandis qu'au contraire, le touriste change de son lieu habituel et part donc à la rencontre de nouvelles personnes et à la découverte de nouvelles cultures. Cependant, nous avons montré précédemment qu'il s'agissait d'une évolution en termes de changement dans le comportement touristique chez l'autochtone et le touriste. En effet, qu'ils soient passifs ou actifs, les deux publics ont une influence réciproque dans la participation aux activités touristiques. Ce changement s'explique par la conception de

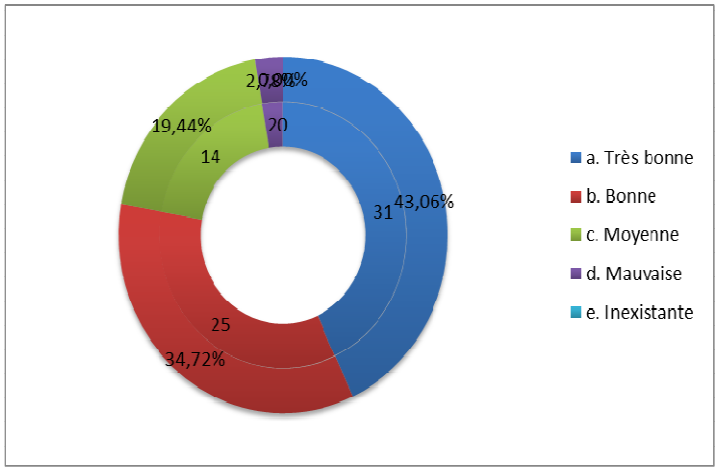
244 Entretien avec M. Huu NGUYEN, âgé de 45 ans, habitant du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

245 Entretien avec M. Te HO, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

«l'immobilité» et de «la mobilité», qui n'est plus un juste paradigme pour chacun des publics. Sur un certain plan, le touriste peut donc être «immobile» et à l'inverse, l'autochtone devient «mobile». Toutefois, sur un autre plan, la situation de ces deux publics a changé. En ce qui concerne le recueil des résultats d'enquêtes, nous avons collecté les résultats auprès de quatre publics différents : touristes internationaux, touristes vietnamiens, touristes rencontrés dans les quatre villages et touristes rencontrés au village de Phuoc Tich.

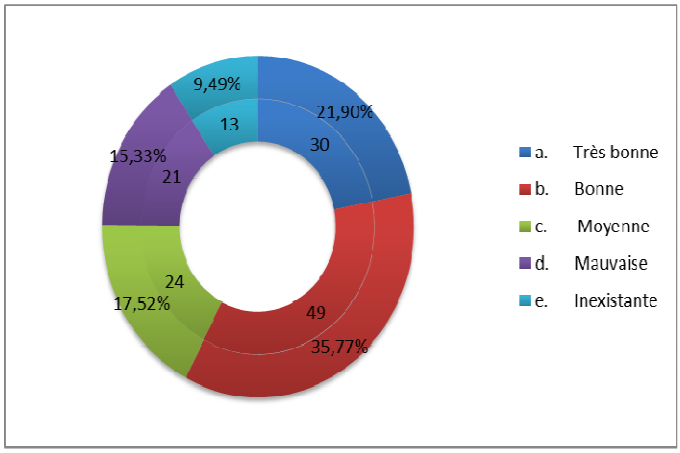
En effet, le contact entre les touristes domestiques et les habitants locaux est plus facile grâce à une même langue et à une culture analogue. Les points de vue et la manière d'approcher des autochtones chez les Vietnamiens sont ainsi différents de ceux des étrangers. En revanche, les touristes internationaux essaient de découvrir les nouveautés de manière progressive, dans ces villages où la culture et l'histoire ne se figurent pas pareillement par rapport à les leurs.

Les quatre villages (Bao La, Thuy Xuan, Thanh Tien et Sinh) attirent, tout d'abord, les touristes, par leur métier artisanal, tandis que le village de Phuoc Tich propose des activités de visite des maisons-jardins traditionnelles, le métier de poterie et le service de logement « home-stay ». C'est pour cette raison que nous avons séparé les deux résultats en deux échantillons distincts. La variété d'activités trouvables au village de Phuoc Tich amène les touristes à se rapprocher des gens locaux d'une toute autre manière que celle habituelle dans les autres villages. En ce sens, selon les résultats obtenus, les touristes vietnamiens apprécient l'interaction avec les habitants locaux, tandis que certains étrangers n'y trouvent aucun contact (9.49% de touristes – Graphique 2).



Graphique 1 : Evaluation du contact avec les habitants locaux par 189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

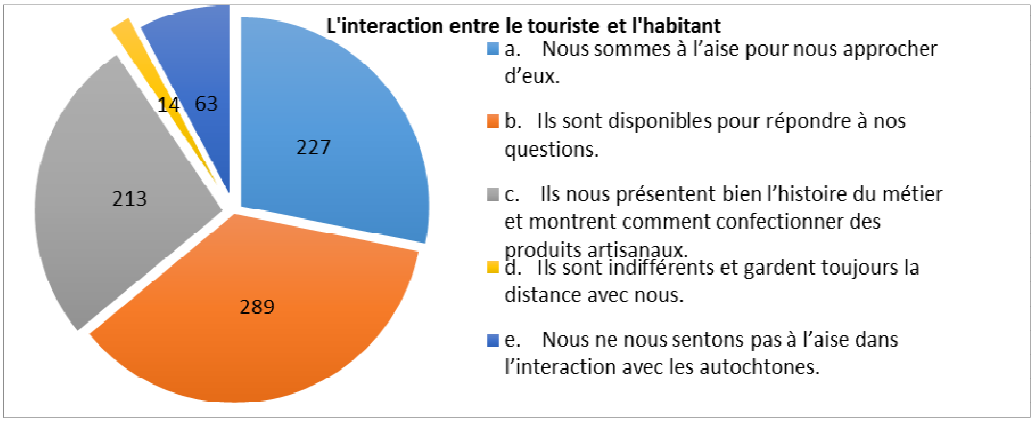


Graphique 2 : Evaluation du contact avec les habitants locaux par 218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

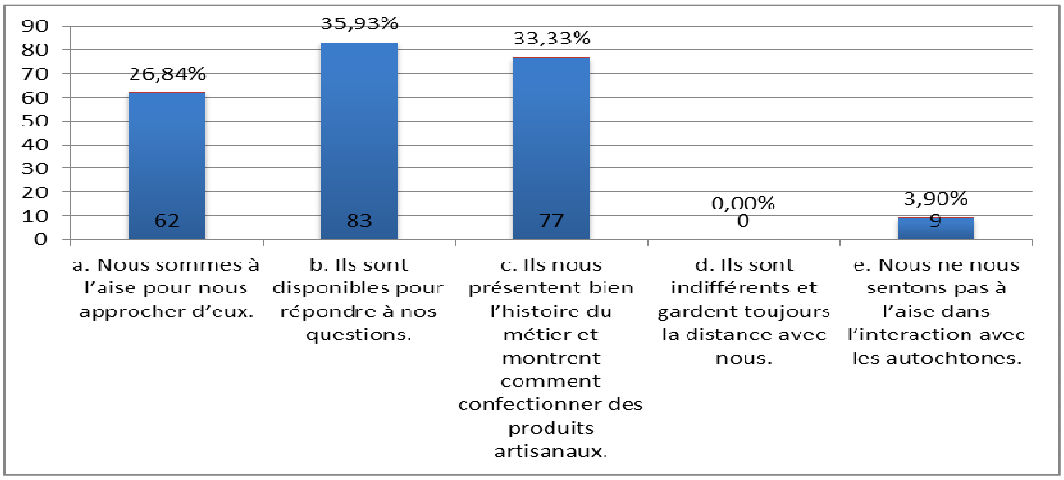
Une question similaire réalisée auprès de 336 touristes rencontrés aux villages de métiers artisanaux (Sinh, Bao La, Thuy Xuan, et Thanh Tien), montre que 227 enquêtés trouvent qu'ils sont à l'aise dans l'approche de l'habitant. 14 personnes/227 avouent une distance entre le touriste et l'habitant. Ceci est tout à fait opposé aux résultats des 86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich (0 % d'enquêtés ont choisi cette réponse). Nous supposons donc qu'au village de Phuoc Tich, le logement de « home-stay » aide à balayer une certaine distance entre le touriste et l'habitant. Un autre résultat montre que 95.35 % des touristes sont accompagnés par un guide touristique lors de leur visite du village de Phuoc Tich. Ce chiffre est à comparer aux

80 % de touristes des quatre villages. Le guide touristique aide également les touristes à contacter plus facilement les autochtones.



Graphique 3 : Question «Interaction entre le touriste et l'habitant». 366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).

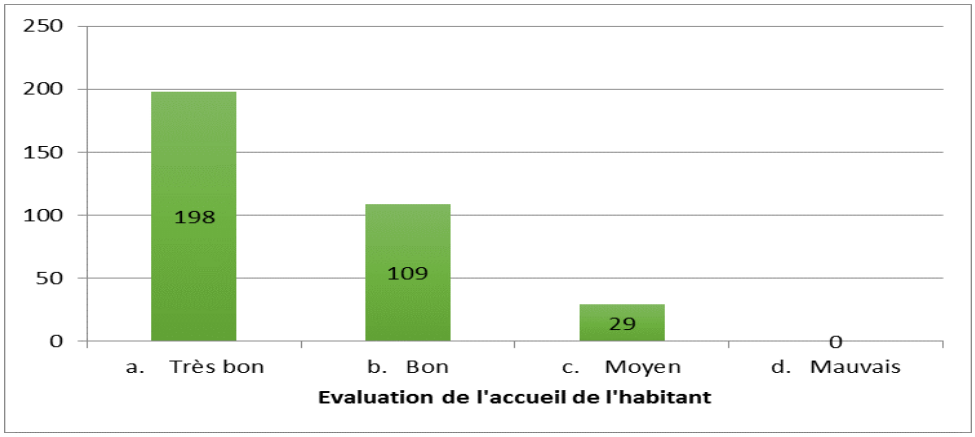
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)



Graphique 4 : Question «Interaction entre le touriste et l'habitant». 86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

L'accueil est un facteur très important qui frappe dès le début d'une visite. En général, le touriste apprécie l'accueil de l'habitant dans les villages. Très peu de personnes (29/336 enquêtés) ont choisi «moyen» sur cette question. Le résultat est similaire en ce qui concerne les touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.



Graphique 5 : Question «Evaluation de l'accueil de l'habitant». 366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

II.4.2.2 La culture et l'interculturel

Le terme «culture» désigne «*l'ensemble complexe incluant les savoirs, les croyances, l'art, les mœurs, le droit, les coutumes ainsi que toute disposition ou usage acquit par l'homme en société*[246]». Selon l'UNESCO : «*la culture, dans son sens le plus large, est considéré comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société, un groupe social ou un individu. Subordonné à la nature, elle englobe, outre l'environnement, les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions, les croyances et les sciences*[247]».

Le terme «interculturel» - avec le préfixe «inter» - désigne une réciprocité, un échange et une diversité dans les relations entre cultures[248]. «*C'est une mise en relation et une prise de considération des interactions entre les groupes, les individus qui les composent et leurs identités. L'usage du préfixe «inter» introduit*

246 TAYLOR, Charles, Multiculturalisme. Différence et démocratie [1992], trad. fr. par D.-A. Canal, paris, Aubier, 1994/Flammarion, 2002.

247 «Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle»

URL : http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (consulté le 11 février 2018).

248 DEMORGON, J., «Le travail de l'interculturel : une nouvelle perspective pour la formation», *Revue pratiques des formations-analyses*, n° 37/38, Février 1999.

également, à la fois une liaison et une séparation[249]». Le mot «interculturel» est donc *«une interaction des cultures à travers les déplacements et les échanges entre les personnes*[250]». «*Si au terme «culture» on reconnaît toute sa valeur, cela implique reconnaissance des valeurs, des modes de vie et des représentations symboliques auxquelles les êtres humains, tant les individus que la société, se réfèrent, dans leurs relations avec les autres et dans la conception du monde*[251]».

Il faut également voir que «l'interculturel» a souvent été utilisé, en opposition à celui de «multiculturel». Le premier est plutôt descriptif, l'autre plus centré sur l'action. Selon M. Abdallah-Pretceille, l'interculturel est comme «*une construction susceptible de favoriser la compréhension des problèmes sociaux et éducatifs en liaison avec la difficulté culturelle; tandis que le multiculturel, tout en reconnaissant la pluralité des groupes et en se préoccupant d'éviter l'éclatement de l'unité collective, n'a pas de visée clairement éducative*[252]». «*Chaque culture a déjà un problème interculturel quant à la diversité, l'unité, la cohérence évolutive de l'ensemble qu'elle constitue, à travers des domaines d'activités multiples et des orientations anciennes ou récentes qui sont souvent contradictoires. Chaque culture à un second problème interculturel. Elle ne se génère pas seule, mais à travers des contraintes venues des autres cultures, avec lesquelles elle est en contact et en interrelation, d'où des complémentarités évolutives stabilisées*[253]».

Ainsi, Zineb, C. a clarifié deux grands types d'interculturel : l'interculturel interne (qui se manifeste à travers les différences culturelles présentes au sein d'un

---

249 DEMORGON, J., «Le travail de l'interculturel : une nouvelle perspective pour la formation», *Revue pratiques des formations-analyses*, n° 37/38, Février 1999.

250 Ibid.

251 «Eduquer au dialogue interculturel – vivre l'ensemble en Europe», Conseil de l'Europe, 2017.

URL : https://rm.coe.int/intercultural-dialogue-wg-report/168076c403 (consulté le 03 janvier 2018).

252 ABDALLAH-PRETCEILLE, M., *Quelle école pour quelle intégration ?*, Paris, Éditions Hachette, 1992.

253 CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

même pays) et l'interculturel externe (qui se manifeste par le contact de cultures différentes, provenant de pays différents)[254]. En ce sens, «*le premier résulte de multiples stratégies des acteurs humains, de tous horizons et de tous niveaux, s'auto-organisant en dynamique interculturelle* de facto*, pouvant produire des résultats différents des buts poursuivis (…). Le second interculturel, mérite d'être dénommé volontaire. Il émane en effet des volontés expresses d'un nombre limité de personnes ou d'institutions qui peuvent définir précisément leurs buts et comparer les résultats obtenus aux fins souhaitées*[255]».

Dans le contexte touristique, «*l'interculturel est suggéré pour les partants, par un entraînement interculturel comprenant des aspects historiques, économiques, politiques et culturels de la cible, une prise en compte des aspects émotionnels (angoisse, inquiétude, stress) et donc une préparation au départ avec un encadrement réel et continu des échanges*[256]». En parallèle, les autochtones doivent se préparer à accueillir des touristes venant de différents pays ayant donc des cultures différentes. Cependant, «*il n'y a pas de "recette" unique pour la préparation interculturelle. Les arrangements pédagogiques doivent donc être adaptés, en fonction des besoins de chaque groupe cible*[257]». Zineb Charai, dans le cadre de sa thèse soutenue en 2014, a interprété l'idée de Thieblemont-Dollet, S. à propos de la compétence interculturelle, qui implique l'acquisition de certaines qualités à différents niveaux comme suit :

- Niveau de connaissances cognitives : informations sur la culture d'origine du pays d'accueil, règles de communications, contexte de la situation et normes de discours, comportements qui déterminent l'interaction avec les membres d'une autre culture.

---

254 CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

255 DEMORGON, J., «Le travail de l'interculturel : une nouvelle perspective pour la formation», *Revue pratiques des formations-analyses*, n° 37/38, Février 1999.

256 THIEBLEMONT-DOLLET, S., *L'interculturalité dans tous ses états*, Nancy, Editions Presses universitaires de Nancy, 2006.

257 Ibid.

- Niveau de capacités affectives : il se réfère à la performance concrète réalisée dans une situation d'interaction interculturelle.

- Niveau de décision de la compétence interculturelle : motivations positives d'une personne pour s'engager dans une situation interculturelle.

Ces compétences interculturelles manifestent donc «*la capacité de relier des compétences individuelles, sociales, professionnelles et stratégiques, dans la meilleure des compositions possibles*». Afin de les mettre en œuvre, «*il faudrait intégrer ces quatre éléments indispensables à toute formation interculturelle comme suit : la prise de conscience (sensibiliser les participants à la nécessité d'un entrainement culturel ; prise de conscience de l'influence de sa propre culture sur les participants) ; le savoir (dépassement de l'ethnocentrisme ; transmettre les connaissances sur la notion de culture et particulièrement de la communication interculturelle ; des aspects historiques, économiques, politiques et culturels, dans le sens de la civilisation, (qui aideront à acquérir une meilleure compréhension de l'autre culture) ; les émotions et les savoir-faire*[258]».

«*La rencontre interculturelle en soi ne garantit pas d'un côté, l'acquisition ou l'amélioration des compétences interculturelles, et de l'autre côté, elle ne réduit pas forcément les préjugés et les stéréotypes, et peut même les renforcer* [259]». En fait, « *une véritable rencontre interculturelle est difficile à réaliser. Non seulement à cause des préjugés et des stéréotypes, mais surtout à cause de l'acceptation de l'autre dans toute sa spécificité. C'est donc, une véritable expérience relationnelle nouvelle que conduit la véritable rencontre interculturelle*[260]*).*

II.4.2.3 L'interaction interculturelle entre le touriste et l'habitant

«Dans le tourisme classique, c'est le local qui donne à voir sa production aux touristes, dans cette situation c'est parfois le tourisme culturel qui offre ses talents et

---

258 THIEBLEMONT-DOLLET, S., *L'interculturalité dans tous ses états*, Nancy, Editions Presses universitaires de Nancy, 2006.

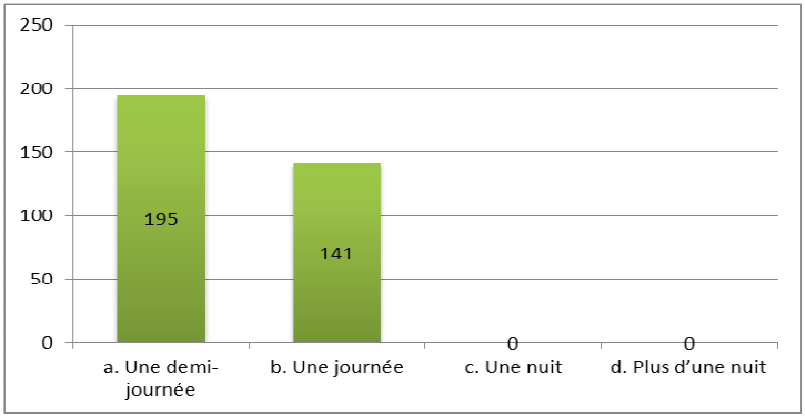
259 Ibid.

260 BONIVI, E., *Autrui culturel, Autrui langagier, Interculturalité et communication*, Revue Interculture n°1, 1999.

ses performances aux locaux[261]». En effet, le touriste reste passif dans sa découverte des circuits classiques. Il reçoit l'information et l'habitant les lui transmet. Les interactions entre les deux acteurs ne sont donc pas construites. Toutefois, ce comportement change au fur et à mesure, comme nous l'avons évoqué ci-dessus. Dans cette situation, le touriste «*se met dans un but et ce but est une nouvelle expérience, l'expérience de la différence et de la nouveauté ; alors, les plaisirs tirés de l'inconnu s'usent et cessent d'être attractifs*[262]».

- La transformation des territoires:

Prenons le cas de quatre villages (Bao La, Thanh Tien, Thuy Xuan et Sinh), où les touristes y font des excursions à la journée ou à la demi-journée. Ils ne passent donc pas la nuit dans ces villages (voir graphique 6). Chaque visite dure 2 heures maximum.



Graphique 6 : Question «Combien de temps restez-vous dans ce village ?».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

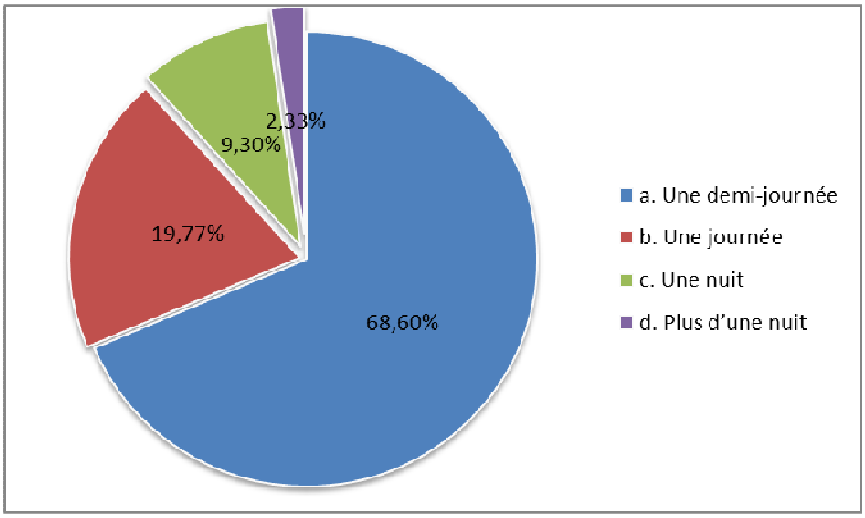
---

261 Selon la Professeure de l'université de Paris 1, directrice de l'IREST, Mme Gravari-Barbas Maria, dans le cadre d'un entretien avec le magazine Naja21 «Le tourisme c'est l'ouverture de la culture à des publics élargis».

URL : http://naja21.com/espace-journal/maria-gravari-barbas-le-tourisme-culturel-une-possibilite-de-rencontre-avec-une-culture-qui-nest-pas-forcement-la-notre/ (consulté le 23 janvier 2019).

262 BAUMAN, Z., *Questions d'identités culturelles*, Buenos Aires-Madrid, Amorrortu ed., 2003.

Par contre, 9.3 % des touristes y passent une nuit et 2.3 % passent plus d'une nuit, au village de Phuoc Tich. La majorité des touristes le visitent pour une très courte demi-journée, qui dure environ 2 heures.



Graphique 7 : Question «Combien de temps restez-vous dans ce village ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

A travers ces résultats, nous remarquons que la durée des excursions en général, reste courte, sauf dans quelques cas notamment au village de Phuoc Tich. Ainsi, le contact entre le touriste et l'habitant se produit par l'intermédiaire de la confection des objets artisanaux. La mise en place des visites transforme ces territoires ruraux de métiers artisanaux en des lieux touristiques. On peut qualifier les deux villages de Phuoc Tich et de Thanh Tien comme des destinations touristiques connues au Vietnam en général et dans la province de TTH en particulier. Le village de Thanh Tien (village de confection des fleurs en papier) a été élé destination la plus appréciée du Vietnam en 2015 par l'Association du Tourisme du Vietnam[263]. Le village de Phuoc Tich (village de poterie) est un des trois plus anciens villages du Vietnam[264]. En termes de société, le tourisme ne bouleverse pas encore ces territoires dans la mesure où les services, les infrastructures, la population, sont fortement

263 Entretien avec M. Nhat THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

264 «Village de Phuoc Tich est reconnu comme un patrimoine national».

URL : https://www.nhandan.com.vn/phongsu/item/15292502-.html (consulté le 22 juillet 2017).

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

éclatés. «*Le tourisme n'est plus une notion étrange pour nous. On rencontre plus souvent les touristes mais cela ne change pas notre rythme quotidien*[265]».

- L'histoire locale à travers les produits artisanaux locaux:

Chaque métier est lié à une période historique différente. Comme nous l'avons abordé dans les chapitres 1 et 2, les villages de métiers artisanaux sont attachés à l'évolution de leur peuple et de leur territoire. Chaque village représente sa propre altérité en fonction de sa géologie, de sa culture et de son histoire. Prenons le cas de Thuy Xuan, la confection de bâtons d'encens est liée à la culture du culte des génies et des ancêtres ; croyance superstitieuse ayant court depuis la dynastie Nguyen (XIX^{e} siècle). La vannerie du village de Bao La représente la vie des ruraux, ces villageois qui fabriquent des objets quotidiens en profitant des matières premières locales (le bambou et le rotin). Les motifs aperçus dans la poterie du village de Phuoc Tich relèvent de la chronologie des empereurs. En faisant des visites dans ces villages, le touriste découvre l'histoire du métier ainsi que celle du village, qui représente une partie culturelle et identitaire de la province de TTH. «*Nous avons accueilli un couple français venant de la ville de Limoges où est connue la porcelaine. Ils nous ont montré les photos de la porcelaine de Limoge. Nous avons beaucoup apprécié cet échange, d'autant plus que nous ne voyageons jamais à l'étranger*[266]».

- Tourisme participatif à travers la découverte du savoir-faire des métiers artisanaux:

«*Le tourisme participatif encourage la construction de relations entre les populations d'accueil et les touristes. L'objectif est de créer une véritable alchimie entre les deux faces "visibles" du tourisme : les visiteurs et les hôtes. C'est une manière de réinventer le sens de l'hospitalité. (…) l'important est de faire participer les populations locales au développement touristique de leur propre région*[267]».

---

265 Entretien avec M. Dien THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017 et mars 2018).

266 Entretien avec M. Te HO, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017 et février 2018).

267 «Le tourisme participatif».

URL : https://passionterre.com/tourisme-participatif/ (consulté le 18 janvier 2019).

Ainsi, la visite des ateliers artisanaux amène le touriste à s'engager dans la confection des objets avec l'artisan. Le premier a en effet l'opportunité de contacter directement le deuxième. Au cours de cet échange, le touriste peut découvrir la technique du métier, le savoir-faire traditionnel.

Revoyons la définition du tourisme communautaire : «*c'est une forme de tourisme dans laquelle l'accueil des visiteurs est géré directement par la population locale. Ce tourisme est présent plus particulièrement dans les régions rurales et pauvres. (…) les touristes s'intègrent à la population et effectuent un véritable voyage d'immersion. Ils logent le plus souvent chez l'habitant ou en gites gérés par la communauté et découvrent ainsi leurs coutumes et modes de vie. Économiquement parlant, ce tourisme est un véritable atout pour les populations locales. Il apporte des revenus supplémentaires, permet d'améliorer ou de protéger leurs atouts, tant culturels que naturels*[268]».

Dans le cas du village de Phuoc Tich, le touriste visite les maisons-jardins traditionnelles en bois, l'atelier de poterie, et il passe la nuit dans la maison des habitants locaux (*home stay*). Le touriste s'immerge dans la vie quotidienne des autochtones à travers les activités telles que faire les courses au marché, apprendre à faire la cuisine, ou encore participer aux danses populaires organisées par les villageois le soir. «*Après le dîner, les villageois organisent des petits spectacles populaires avec les touristes. Ils participent aux jeux folkloriques, avec des enfants aussi. Cela crée une ambiance conviviale et balaie la frontière culturelle entre l'autochtone et le touriste*[269]».

- *Se mettre au diapason des us et coutumes locaux*[270]:

---

268 «Tourisme communautaire», dans *Définitions* [en ligne].

URL : https://www.babel-voyages.com/definition/tourisme-communautaire (consulté le 04 janvier 2018).

269 Entretien avec M. Thang NGUYEN, habitant du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin eet juillet 2017, mars 2018).

270 «Se mettre au diapason des us et des coutumes».

URL : https://www.tourisme-responsable.org/conseils-voyageurs/culture/se-mettre-diapason-us-coutumes/ (consulté le 25 janvier 2019).

Un proverbe français dit : «une fois n'est pas coutume ». Ainsi, «*une coutume est une habitude suivie par des personnes, un usage établi devenu une règle, une pratique collective qui se transmet oralement de génération en génération. Elle peut concerner les mœurs, la manière de vivre, les croyances, la culture, les comportements dans certaines situations, les discours*[271]». Certes, «e*n voyage, nos sens sont en éveil. Nous sommes tentés de goûter, sentir, entendre, voir, toucher. Mais la manière de le faire peut être plus ou moins appropriée aux coutumes locales. (…) Prenons le temps d'observer, de lire et de demander. Comment vivre ces courts instants d'immersion dans une culture souvent plus riche, plus diversifiée qu'on imagine* ?[272]».

En effet, dans les maisons-jardins traditionnelles en bois, la partie principale, au milieu de la maison, est réservée à l'autel de culte. C'est l'endroit le plus sacré à l'intérieur d'une maison vietnamienne. En principe, il est interdit aux invités (sauf ceux ayant obtenu l'invitation du propriétaire du foyer). Les femmes aux robes courtes ou dans leur période de règles ont l'interdiction de fréquenter cet endroit. De ce fait, quand le touriste visite les maisons traditionnelles du village de Phuoc Tich, il évite de s'asseoir dans cette partie de la maison.

Dans le cas du village de Thuy Xuan, les bâtons d'encens symbolisent, représentent un objet sacré, à travers lesquels les Vietnamiens en général et les Huéens en particulier confient leur foi à l'égard du Ciel, de la Terre, des génies, des ancêtres et du Bouddha. Ses significations véritables imprègnent depuis des siècles la culture et la tradition des Vietnamiens. Il est très mal vu voire considéré comme un tabou, de brûler un bâton d'encens en jouant avec celui-ci. Les produits artisanaux sont véritablement liés aux coutumes des habitants d'accueil. «*Les touristes achètent un bouquet de bâton d'encens pour faire des prières aux pagodes. Nous leur*

---

271 Selon la définition du Toupictionnaire (le dictionnaire de politique).

URL : http://www.toupie.org/Dictionnaire/Coutume.htm (consulté le 01 mars 2019).

272 «Se mettre au diapason des us et des coutumes».

URL : https://www.tourisme-responsable.org/conseils-voyageurs/culture/se-mettre-diapason-us-coutumes/ (consulté le 25 janvier 2019).

expliquons la manière correcte de faire mettre les bâtons d'encens sur l'autel du culte en respectant notre culture[273]».

- Les représentations touristiques (imaginaire du tourisme):

Le tourisme «*est devenu international, c'est-à-dire que les objets touristiques peuvent être localisées et comparés à travers Internet sans qu'il soit nécessaire de se déplacer physiquement, facilitant ainsi de nouvelles formes de consommation et de nouvelles façons de promouvoir des destinations touristiques dans un cadre de globalisation. Il nous faut nous demander de quelle manière cette globalité réordonne ces éléments puisque quelque chose d'inconnu, qui était auparavant synonyme de distant, devient proche, d'une certaine manière. Nous ne pouvons pas oublier que deux des éléments essentiels de la motivation touristique sont la rupture avec le quotidien et la recherche de l'authenticité (réelle ou de fiction)*[274]».

«*L'imaginaire touristique, comme une aire intermédiaire entre le «trop connu» (la vie quotidienne) et l'inconnu spatial et culturel. (…) le voyage, qui induit une séparation, éveille une certaine appréhension de l'altérité et du dépaysement*[275]». Avant de venir à Hué, le touriste imagine la ville ancienne impériale où régnaient une longue dynastie d'empereurs Nguyen. Les objets artisanaux sont présents dans la vie quotidienne royale et représentent la culture, le mode de vie, aux époques féodales. Tout cela relève d'un imaginaire chez le touriste, qui visite les villages de métiers artisanaux dans la province de TTH. Ces métiers sont liés à l'évolution historique et culturelle des peuples. «*L'individu a besoin d'une séparation spatiale avec son environnement familier pour s'évaluer et se confronter à lui-même*[276]». La culture et la tradition locales, sont typiquement liées à la période féodale et aux périodes de guerres, témoins des vestiges historiques et coloniaux du

---

273 Entretien avec Mme Hong NGUYEN, artisane au village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017).

274 ONGHENA, Yolanda, «Le tourisme, hospitalité ou parasitisme ? De l'observation à l'interaction», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

275 AMIROU, Rachid, *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, Paris, PUF, 1995.

276 AMIROU, Rachid, *Le tourisme local : une culture de l'exotisme*, Paris-Montréal, L'Harmattan, 2000.

pays en général et de la province en particulier. «*L'approche de la thématique de l'échange culturel entre les touristes et les populations locales passe par l'analyse des imaginaires et des perceptions. L'interaction interculturelle commence bien évidemment avant la rencontre. Les attentes du touriste se formulent à partir de la promotion touristique, des documentaires télévisés, de l'expérience touristique d'un proche. Ces attentes dégagent un imaginaire, un cliché qu'il faut ensuite rechercher, pour satisfaire. Le touriste suit une stratégie bien précise afin de formuler le choix de sa destination*[277]».

Prenons le cas du village de Sinh : la peinture sur le papier de coquille est en effet une manière originale de dessiner. Par exemple, le motif du dessin - «homme remplaçant» - ne peut être ni imaginé ni compris par le touriste. C'est une croyance superstitieuse des habitants locaux, qui croient que les esprits méchants apportent le malheur à leur famille et qu'il faut par conséquent trouver une «personne remplaçante» (le dessin) pour leur offrir en compensation. Il est donc difficile pour le touriste de comprendre toutes ces représentations indigènes.

L'arrivée dans un environnement rural tel que le village de Bao La, entouré par les champs et les haies de bambous, constitue une évasion hors de la vie moderne. Cette image représente la vie rurale typique des Vietnamiens. Le touriste trouve cette image de mode de vie quotidienne des villageois originale et participe donc volontairement aux activités organisées dans les rizières. «*L'imaginaire renvoie quant à lui à la mémoire de cet espace, à son pouvoir d'évocation, mais également aux associations d'idées qui le suscite, souvent à son insu. C'est la capacité d'un espace à faire rêver un public, encapsulé en quelque sorte dans la part inconsciente du territoire : une capacité à mettre en exergue la poésie d'un relief, d'un paysage*[278]».

II.4.3 Le guide touristique

---

277 RAMOU, Hassan, «L'échange interculturelle : un enjeu fondamental de la durabilité du tourisme», dans TRESSERRAS, Jordi, MEDINA, François-Xavier, SANTONJA, Paqui et SOLANILLA, Pau (dirs.), *Actes du colloque Turismo y cooperacion al desarrollo en el Mediterraneo*, Madrid, Collection Ibertur – Turismo cultural, 2009.

278 AMIROU, Rachid, *Le tourisme local : une culture de l'exotisme*, Paris-Montréal, L'Harmattan, 2000.

«La fonction la plus courante des guides locaux consiste à présenter aux touristes, tout en les expliquant, les expressions les plus remarquables de la culture locale et les principaux pendants de l'histoire de la région locale et les faits dont le pays se glorifie[279]». Les guides envisagent de *«servir de médiateur direct entre les touristes et les habitants locaux, s'ils expliquent les cérémonies religieuses ou populaires et les manifestations folkloriques dans lesquelles interviennent les populations avec leur culture et leur mode de vie*[280]». Cependant, les guides ne sont pas formés en terme de connaissances culturelles larges, des pays d'où sont issus les touristes. De ce fait, *«il faudrait relever le niveau professionnel des guides et leur donner, non seulement une formation préparatoire suffisante pour leur emploi, mais aussi une éducation et une motivation continue*[281]*»*.

II.4.3.1 Le rôle du guide touristique

- Le rôle *«noyau»* du guide touristique dans la transmission des informations entre les touristes et les locaux:

«Le p*remier rôle du guide est de mener à bien la mission qui lui est confiée : guider et accompagner le groupe sur le circuit proposé dans la brochure, que le client a acheté. Il faut bien sûr être garant de la réussite du voyage, de la sécurité des participants. Les guides parlent de l'ambiance qu'il faut savoir entretenir, du traitement égalitaire à proposer à chacun, de l'animation du groupe qui nécessite des qualités relationnelles*[282]». Ainsi, le rôle d'ambassadeur civil peut être compris comme faisant partie de ce qu'a appelé l'«accompagnateur[283]». Il joue donc le rôle d'ambassadeur du village. L'accompagnateur fonctionne comme un intermédiaire entre son commanditaire et la population locale, les sites, les institutions et les

279 DE KADT, E., «Tourisme : Passeport pour le développement ?, Editions Economica», Publié par la banque mondiale de l'UNESCO, Paris, 1980.

280 Ibid.

281 Ibid.

282 PRYEN, Stéphanie, *Guide touristique : enjeux interculturels d'un métier de rencontres*, Ethnologie française, vol. 37, 2007.

283 FLINZ, C., CARPI, E., FARINA, A., «Le guide touristique : lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel», Firenze University Press, Vol. II, 2017.

installations touristiques. Il s'assure de la bonne organisation de la visite et de la cohésion du groupe de touristes. À l'exception de leur propre situation, les guides touristiques partagent le point de vue des gestionnaires d'agences de voyages locales et de l'autorité du gouvernement sur les guides touristiques eux-mêmes et les fonctions de guidage. Les « anciens » se considèrent comme «fournisseurs de services», auprès des touristes.

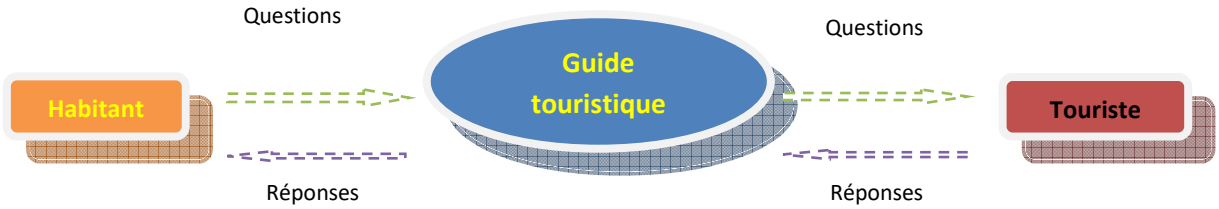


Schéma 1 : Le rôle «noyau» du guide touristique. (Source : Hoa NGUYEN, 2018)

- Du facteur central au facteur nécessaire dans la transmission des informations:

Le guide touristique fait en sorte que le touriste s'implique dans l'acquisition des informations et qu'il s'approprie des connaissances. Il incite le touriste à poser davantage de questions précises. Il facilite le contact entre le touriste et l'habitant. Dans cette phase, le guide est davantage formé au niveau du sens de l'organisation, de connaissances variées et solides, de la formation en communication. Il doit avoir le sens de la pédagogie dans son action de guide car il peut induire un nouveau comportement chez le touriste voire chez l'habitant.

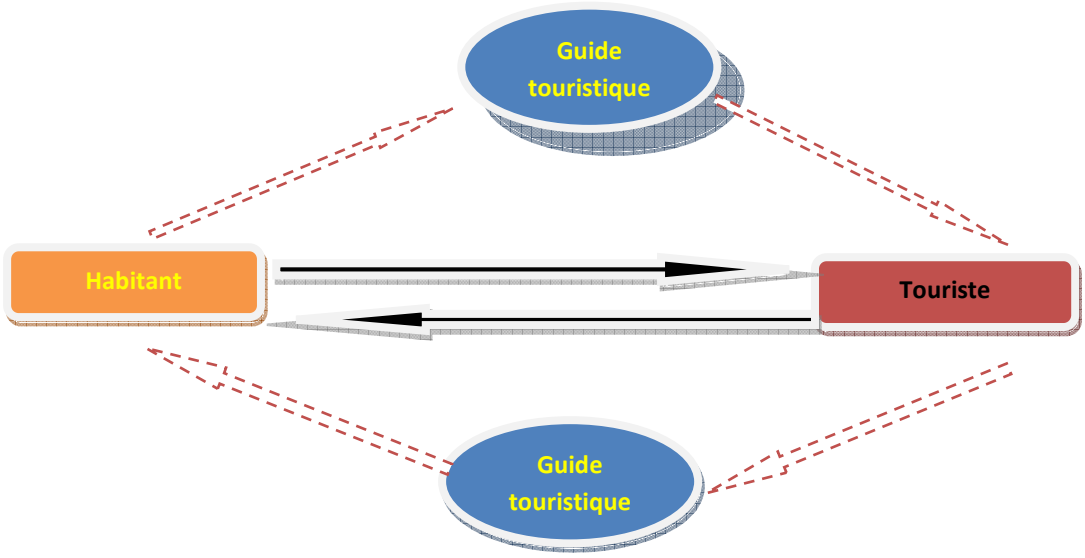


Schéma 2 : Le rôle de «facilitateur» dans la transmission des informations du guide touristique.

(Source : Hoa NGUYEN, 2018).

- Le rôle de communication du guide touristique:

«La communication représente l'un des symboles les plus brillants du XXe siècle. Son idéal est de rapprocher les hommes, les valeurs et les cultures pour compenser les horreurs et les barbaries de notre époque[284]*». D'ailleurs, «la communication est à prendre au sens le plus large, elle sert de fil rouge pour analyser comment les hommes se sont organisés pour vivre ensemble, depuis la première communauté de base qu'est la famille, jusqu'à la société planétaire, tissée par les réseaux matériels de transport, autant virtuels et hertziens, qu'électroniques dans la circulation de l'information*[285]*».*

Selon D.Wolton[286], en ce qui concerne la communication et la société, «*il existe trois sens principaux inhérents à la communication interpersonnelle : la communication directe (qui représente une expérience anthropologique consistant à échanger avec autrui au sein de la société), la communication à distance (qui*

284 Wolton, D., *Penser la communication*, Paris, Editions Flammarion, coll. Champ Essais, 1997.

285 RASSE, P., « La médiation entre idéal théorique et application pratique », *Revue Recherches en* communication, n° 13, 2000.

286 Wolton, D., *Penser la communication*, Paris, Editions Flammarion, coll. Champ Essais, 1997.

consiste en un échange qui se fait d'un bout à l'autre du monde) et la communication sociale (qui représente une nécessité fonctionnelle pour des économies indépendantes)».

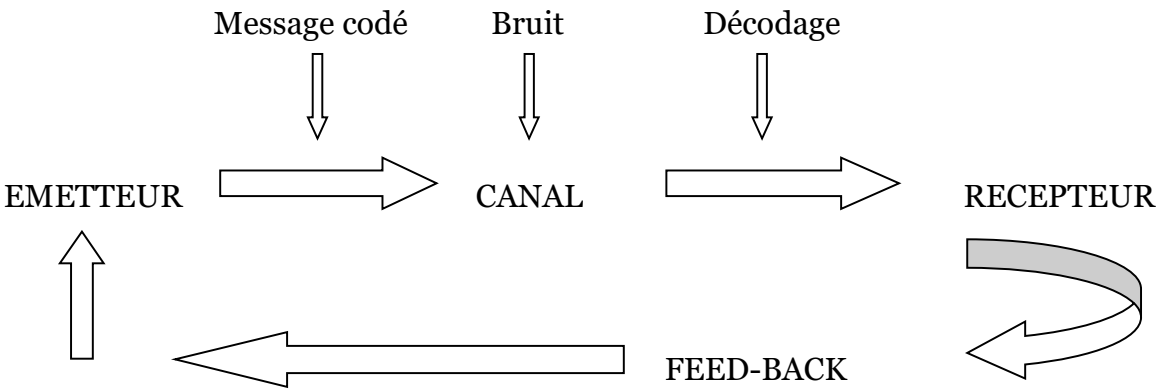


Schéma 3 : Transmission des informations (selon C.Shannon et M.Weaver)[287]

Zineb Charai a décrypté ce schéma dans sa thèse soutenue en 2014 : «*la communication comme la transmission d'un message, verbal ou non-verbal, passe par le biais de canaux d'émission, d'un individu (émetteur) à un individu dit récepteur, qui en accuse la réception. La communication se présente comme un processus qui implique à la fois un émetteur et un récepteur distinct. Le message reçu n'est pas forcément compris par le récepteur, qui tente de décoder l'encodage de l'émetteur. L'interprétation du message dépend du contexte spatio-temporel des deux participants et des conditions de réception du message. Le retour du message, que l'on désigne par une boucle de rétroaction «feed back», représente la réponse verbale ou non-verbale, du récepteur à l'émetteur*[288]».

[287] Schéma tiré de CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

[288] CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

«*Traditionnellement, la communication interculturelle s'établit quand l'émetteur et le récepteur appartiennent à des cultures différentes*[289]». Ainsi, «*au niveau du rôle aux dimensions multiples*[290]», Pryen (2007) a mentionné les caractéristiques professionnelles que le guide touristique doit mettre en pratique :

- La transmission de la culture : le guide touristique transmet de manière vivante les aspects traditionnels et culturels auprès des touristes, avec le cœur rempli de «*sentiment d'appartenance et de fierté nationale*».

- La mission d'éducateur : «*les touristes doivent être éduqués à respecter les traditions locales*». En effet, le touriste souhaite participer au tourisme communautaire en découvrant la culturel locale. Par conséquent, «*nous prenons la responsabilité du succès de ce désir. Nous ne pouvons pas leur faire visiter seulement de manière superficielle des villages de métiers artisanaux, sans les faire immerger dans l'histoire proprement dite de ces villages. Il nous faut lui apporter plus que les informations qui lui ont été données avant de venir. Faire comprendre et faire revivre une culture auprès d'un public, c'est un art et c'est notre mission*[291]».

- L'autonomie dans le travail : «*le métier de guide permet des apprentissages inattendus. Les touristes ont parfois des attentes en fonction de ce qu'ils imaginent être les traditions locales. Ils participent, avec les touristes, à la co-construction de l'authenticité. Des compétences en gestion peuvent être acquises au cours de l'exercice du métier, ce qui conduit alors parfois à des évolutions de carrière. La relation avec les touristes, à qui il faut commenter le voyage, permet également d'apprendre et d'améliorer les différents niveaux*». Un guide touristique dévoile le fait que ce métier exige une grande autonomie et une flexibilité intelligente en fonction de l'espace, du temps, du public et des conditions objectives.

---

289 THIEBLEMONT-DOLLET, S., *L'interculturalité dans tous ses états*, Nancy, Editions Presses universitaires de Nancy, 2006.

290 PRYEN, Stéphanie, *Guide touristique : enjeux interculturels d'un métier de rencontres*, Ethnologie française, vol. 37, 2007.

291 Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

- L'approche des représentations de l'altérité : «*la rencontre avec les touristes permet aux guides de revenir sur un certain nombre de représentations qu'ils pouvaient se faire de l'altérité*». En effet, le guide touristique est un métier qui favorise le contact direct avec de nombreuses personnes venant de différents pays dans le monde entier. Chaque pays apporte une variété de points de vue sur la culture, la tradition, la religion, le mode de vie, les tabous, etc. Tout cela participe de l'enrichissement d'une véritable connaissance multidimensionnelle auprès du guide touristique. «*C'est l'échange culturel que j'apprécie le plus dans ce métier. Certains clichés sont tombés grâce aux vrais contacts avec les touristes. J'ai eu beaucoup d'opportunités de rencontre de personnes venant des pays anglophones et de l'Asie. Le croisement des regards occidentaux et orientaux m'apprend à ouvrir les yeux et l'esprit*[292]».

- «Penser plus loin» : l'échange avec les touristes permet de *« penser plus loin »* et *«d'élargir la connaissance»*. «*Il permet de s'ouvrir à d'autres manières de penser, à d'autres manières de faire. Le territoire de pensée et d'action du guide est plus étendu que le territoire associé aux métiers traditionnels*». C'est grâce aux rencontres des cultures et des identités différentes que le guide touristique peut aller plus loin et valoriser ainsi les connaissances acquises.

- Une relecture de sa propre culture : «*Il s'agit de l'importation des autres, plutôt que de l'exportation de soi*». En effet, le croisement des sociétés, l'ouverture d'esprit, l'échange des cultures, sont représentés comme des atouts de connaissances à travers lesquels le guide touristique a la chance de pouvoir se regarder lui-même. *«Les touristes japonais étaient mes premiers clients. J'ai appris chez eux ces qualités que sont la ponctualité et le soin dans le travail. Le respect envers les personnes plus âgées chez les Japonais est plus notable que les Vietnamiens. Cela m'a beaucoup surpris*[293]».

- Une posture relativiste *: «l'échange culturel ouvert par le tourisme permet également de saisir en quoi nous sommes semblables. (…) des liens entre les*

[292] Entretien avec Mme. Tram VO, artisane du village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

[293] Entretien avec M. Son Dong NGUYEN, guide touristique au village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017).

différents mondes ont été tissés parfois de manière surprenante». En effet, lorsque les touristes chinois contemplent les produits en poterie au village de Phuoc Tich, ils trouvent que les motifs des pots ainsi que des vases ressemblent beaucoup à ceux de la Chine des époques féodales. Les objets quotidiens en poterie sont similaires à ceux utilisés chez eux. «*Les objets traditionnels ont interpellé les visiteurs de par leur proximité avec ceux que leurs familles et eux-même utilisent*». Un guide touristique venant de la ville de Hanoi (Vietnam) s'exprime : «*je fais visiter beaucoup de touristes le village de poterie de Bat Trang (à proximité de Hanoi). Je trouve que c'est la poterie la plus belle du Vietnam. Néanmoins, au village de Phuoc Tich, la poterie possède une altérité de beauté. Cela fait tomber les réflexions personnelles et superficielles*[294]».

- Des événements inattendus – une réciprocité improbable : lors du contact entre le touriste et l'habitant, il est possible que l'échange culturel ne parvienne pas à donner une volonté certaine de l'acceptation d'une nouvelle culturel locale. Le guide touristique devrait alors être flexible et ouvert en toutes circonstances. Mais faire approcher le touriste d'une culture étrangère voire étrange ne s'avère pas toujours aisé. Néanmoins, le guide touristique maintient toujours «*une relation singulière au touriste*» : «*j'avais du mal à expliquer au touriste les croyances superstitieuses contenues dans le dessin des «hommes remplaçants» dans les mœurs de culte. Je lui ai alors raconté des récits, des anecdotes liés à la foi populaire du peuple vietnamien*[295]». «*Je suis témoin quant au fait que des jeunes touristes ne veulent absolument pas participer à la confection des produits artisanaux. Ils regardent et observent les artisans travailler, pour des raisons différentes*[296]».

---

294 Entretien avec M. Hoang LE, guide touristique au village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017).

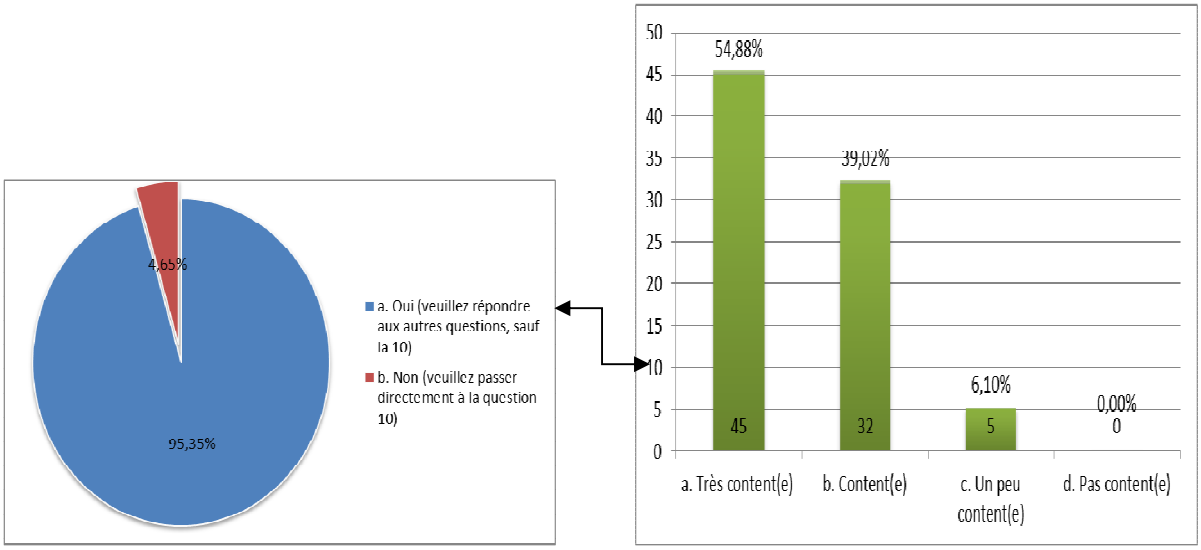
295 Entretien avec M. Thinh DOAN, guide touristique au village de Bao La (travail de terrain, juin et juillet 2017).

296 Entretien avec M. Tan NGUYEN, guide touristique au village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017).

II.4.3.2 Le guide touristique vu par les touristes

- Au village de Phuoc Tich:

Comme nous l'avons abordé précédemment, nous avons séparé les deux résultats en fonction des activités des villages : 86 enquêtés au village de Phuoc Tich et 336 touristes dans les quatre autres villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan). Selon les résultats collectés, 95.35 % (82 personnes) de touristes sont accompagnés d'un guide touristique lors de leur visite du village de Phuoc Tich, contre 4.65 % non-accompagnés. (Graphique). Parmi les 82 touristes accompagnés, près de la majorité est satisfaite de son guide. Très peu de personnes sont «peu satisfaites» et 0 % ne sont «pas contentes». Le guide touristique a ainsi accompli son travail. Le succès de la visite et donner l'envie de retourner au village dépendent donc beaucoup du rôle du guide.



Graphique 8 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

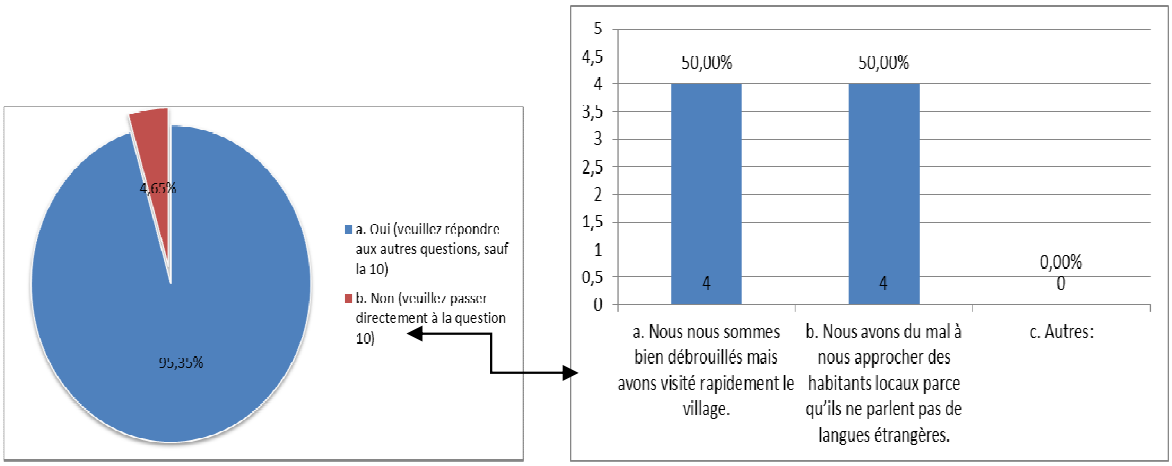
Graphique 9 (à droite) : Question «Êtes-vous contents de votre guide touristique ?».

82 / 86 enquêtés ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Les touristes trouvent que le guide touristique est ponctuel, sociable, gentil, serviable et souriant. Au niveau de l'interaction entre le touriste et le guide, les résultats positifs montrent que le touriste est bien apprécié. Il fait participer le

touriste en l'approchant de la culture locale, par la création d'une ambiance et par le contact entre les habitants et les touristes eux-mêmes. Pour les touristes qui choisissent le *home stay*, ces derniers ont besoin d'être informés en ce qui concerne les activités qui se passent dans la journée. Les conseils du guide touristique (il faut faire et il faut éviter de faire) sur l'environnement local et le mode de vie des habitants locaux, assurent un séjour plus agréable et sécurisé dans les *home stay*. Ainsi, le guide touristique est considéré comme un facteur signifiant dans la contribution à la valorisation des métiers artisanaux traditionnels et dans l'évolution des relations interculturelles. En ce qui concerne les 4.65 % de personnes étant venues au village seules, elles éprouvent de la difficulté à établir le contact avec les gens locaux.



Graphique 10 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

4/86 enquêtés au village de Phuoc Tich ont choisi la réponse «NON»

Graphique 11 (à droite) : Question «Sans guide touristique, comment avez-vous visité le village ?»

4/86 enquêtés ont répondu à la question.

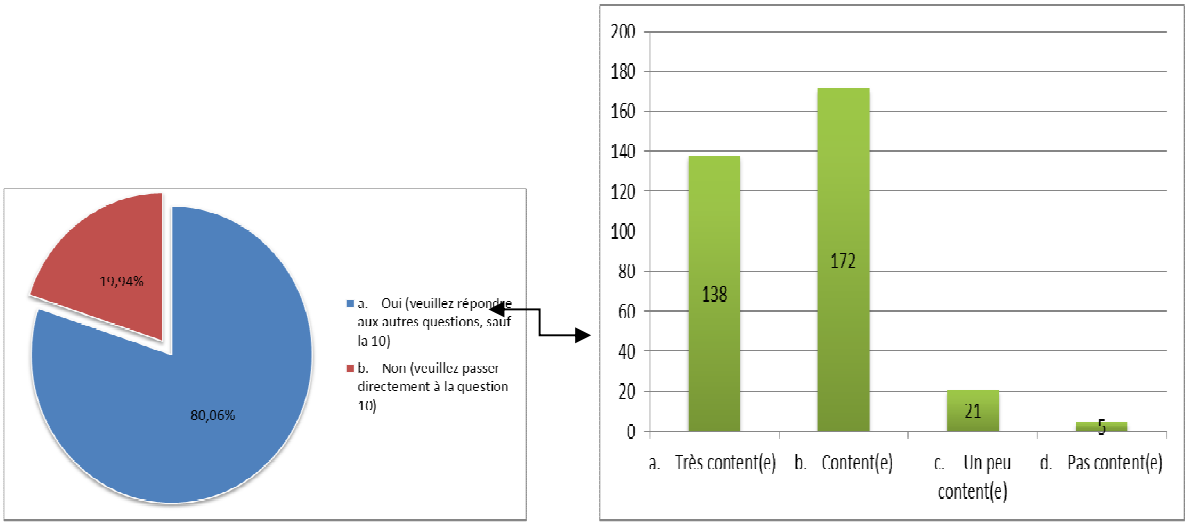
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

En effet, pour visiter un village de métiers artisanaux comme Phuoc Tich, il est difficile de se débrouiller seul car les habitants locaux sont réservés et ne parlent pas de langues étrangères (notamment l'anglais). Afin de contempler le paysage et l'atelier de poterie, les touristes peuvent toutefois accéder facilement au village car les autochtones sont accueillants et respectent les touristes. Cependant, s'ils souhaitent comprendre la culture locale et le métier artisanal du lieu, ils peuvent rencontrer des difficultés à les appréhender seuls. Une connaissance certaine est donc

nécessaire afin de pouvoir décrypter toutes les significations de l'architecture et de la construction des maisons-jardins en bois. Une petite boutique de démonstration des produits peut prendre place à l'atelier de poterie. Mais les artisans ne s'y présentent pas toujours, car ils sont soumis à leurs propres petits travaux dans le village ou s'occupent de leurs enfants au foyer.

- Dans les quatre villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan):

Nous avons collecté un total de 336 résultats dans les quatre villages. Il s'agit de 80.06 % des visiteurs accompagnés par un guide touristique, contre 19.94 % non-accompagnés.



Graphique 12 (à gauche): Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

336 enquêtés dans les villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan)

Graphique 13 (à droite): Question «Êtes-vous contents de votre guide touristique ?».

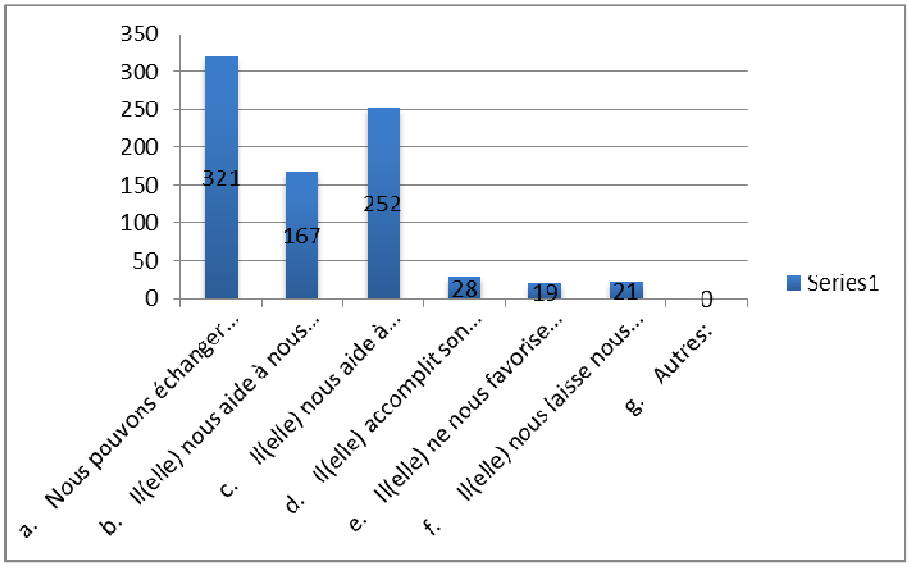
269 /336 enquêtés ont répondu à la question.

(Source: Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Parmi les 269 touristes accompagnés par un guide touristique, on dégage un petit pourcentage de 1.49 % de personnes non-satisfaites de leur guide. Ce choix ne se retrouve pas chez les touristes du village de Phuoc Tich. En effet, les activités à Phuoc Tich sont différentes de celles des autres villages. Le contact entre le touriste, l'habitant et le guide est plus réciproque, tandis que la visite des ateliers de métiers artisanaux ne relève pas suffisamment l'importance du rôle du guide. La réalité des

résultats des enquêtes montre que certains touristes exigent de leur guide d'autres critères, plus professionnels.

Pour la question «Votre interaction avec le guide touristique ?», les réponses sont variées. La majorité est contente des informations acquises. Pourtant, de petits pourcentages se trouvent «non-accompagnés» lors des explications concernant la confection des objets. En outre, pour eux, le guide joue simplement le rôle du traducteur : recevoir les informations de l'artisan, répéter ou traduire dans la langue concernée. Cette mission est certes accomplie, mais est en manque d'interactions plus vivantes.

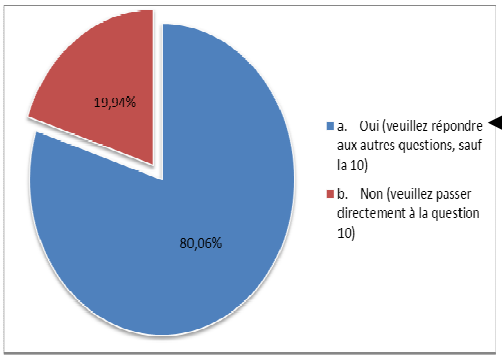


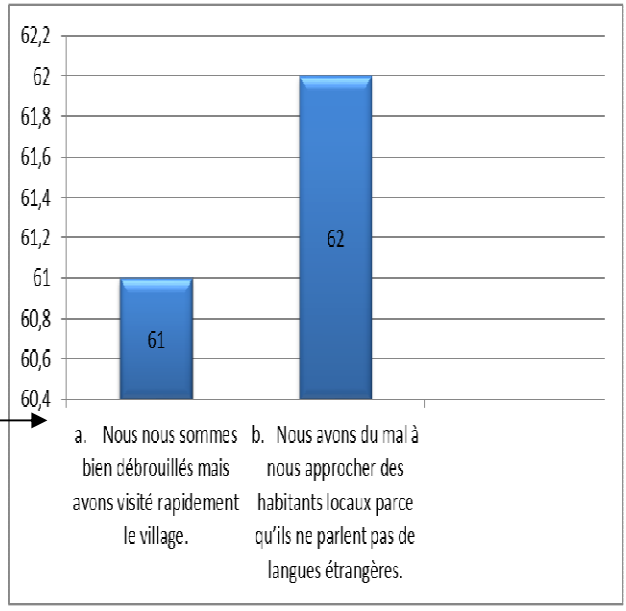
Graphique 14 : Question «Votre interaction avec le guide touristique ?»

336 touristes enquêtés dans les villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan)

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

En ce qui concerne 19.94 % des visiteurs qui sont venus seuls dans ces villages, leurs différentes raisons sont les suivantes : par curiosité, ou pour se promener à vélo en visitant des villages situés non loin du centre-ville.





Graphique 15 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?». 67/336 enquêtés dans les 4 villages ont choisi la réponse «NON».

Graphique 16 (à droite) : Question «Sans guide touristique, comment avez-vous visité le village ?»

67/336 enquêtés ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

61/67 touristes arrivent à visiter rapidement le village en se promenant à vélo ou en moto. Néanmoins, 62/67 touristes ne peuvent s'approcher des habitants locaux et découvrir des métiers artisanaux. Dans ces villages, très peu d'habitants parlent l'anglais (sauf au village de Thuy Xuan, les vendeurs/habitants se débrouillant pour pouvoir vendre leurs produits touristiques). Les touristes peuvent certes comprendre plus simplement la manière dont sont fabriqués les produits artisanaux (au village de Bao La : la vannerie ; au village de Thuy Xuan : la confection des bâtons d'encens). Mais pour comprendre les dessins sur le papier de coquille (au village de Sinh) et le processus de la confection des fleurs en papier (au village de Thanh Tien) et donc l'histoire et les traditions liées à ces métiers, les touristes ont néanmoins besoin de l'aide du guide touristique.

Les différentes activités touristiques, présentes dans les cinq villages de métiers artisanaux, relèvent ainsi l'interaction entre le guide, l'habitant et le touriste. En outre, chaque métier se référence à une certaine époque de l'évolution historique du village et à une culturel locale précise. En ce sens, nous remarquons une évolution du rôle du guide touristique : il passe du passif à l'actif, du

traducteur/accompagnateur à l'ambassadeur/transmetteur. C’est donc grâce à cette évolution que les visites sont rendues plus attractives, qu'elles font participer les touristes en les faisant s’immerger dans une nouvelle culture locale, qu'elles contribuent à valoriser les métiers artisanaux et qui, notamment, influencent les autochtones quant à l'approche des visions interculturelles.

Conclusion de la deuxième partie

Cette partie nous a permis de mettre en évidence le fait qu'il s'agit d'une évolution du tourisme dans ces villages de métiers artisanaux et que l'interaction et la coopération entre les acteurs, en faveur du développement touristique, contribue à valoriser les cultures locales.

Dans la troisième partie de cette recherche, nous continuerons ainsi à analyser les apports économiques du tourisme et à éclairer les difficultés rencontrées lors du processus de développement du tourisme communautaire au sein de ces villages de métiers artisanaux.

PARTIE III:

DÉVELOPPEMENT DU TOURISME COMMUNAUTAIRE LOCAL ET

CONTRIBUTION À LA CRÉATION DES EMPLOIS POUR LES HABITANTS LOCAUX

Introduction de la troisième partie

En succédant à la partie précédente portant sur les mutations touristiques apportées aux villages de métiers artisanaux et qui incluent l'artisan, l'habitant ainsi que les touristes, il s'agit ainsi dans cette troisième partie d'analyser de manière générale le développement durable du tourisme communautaire dans ces villages.

En effet, à quel niveau le tourisme se répercute-t-il dans ces communautés ? Comment se présentent les activités touristiques en fonction des besoins des touristes ? Le développement du *home stay* serait-il un facteur d'importance permettant d'attirer davantage les touristes afin qu'ils puissent prolonger leur séjour ? Le tourisme joue-t-il le rôle de catalyseur direct ou indirect de création d'emplois auprès des autochtones ? Les réponses à ces questions vont être dévoilées dans les chapitres 5 et 6.

<u>Chapitre 5</u>: Evaluation des répercussions touristiques dans les villages de métiers artisanaux en vue du développement durable du tourisme communautaire

III.5.1 La mise en évidence des valeurs culturelles dans le tourisme communautaire dans le cadre du développement durable

III.5.1.1 Suivant l'objectif du développement du tourisme durable

a. Tourisme durable:

La notion de développement durable est abordée suite à la Conférence des Nations-Unies sur l'Environnement et le Développement, qui a eu lieu à Rio en 1992 : *«Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs*[297]*»*.

Le développement durable est une approche qui postule qu'un développement à long terme n'est viable qu'en conciliant trois aspects indissociables : la rentabilité économique, le respect de l'environnement et l'équité sociale. Parce-que le développement ne peut être durable que s'il est à la fois économique, social et environnemental, et qu'il doit s'appuyer sur trois piliers. C'est avant tout un choix de société qui place l'être humain au cœur des préoccupations et qui stipule que le développement ne peut se construire que par une approche systémique. Sa caractéristique et sa spécificité sont liées au fait qu'il vise à combiner ces trois piliers au sein des stratégies nationales et internationales dans le respect de l'individu, de ses valeurs et de l'éthique[298].

Le développement touristique durable satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle

---

297 Selon la charte du tourisme durable (voir Annexe 1).

298 TSAYEM DEMAZE, Moïse, «Paradoxes conceptuels du développement durable et nouvelles initiatives de coopération Nord-Sud : le Mécanisme pour un Développement Propre (MDP)», *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Environnement, Nature, Paysage, document 443, mis en ligne le 20 mars 2009, consulté le 28 janvier 2019.

URL : http://journals.openedition.org/cybergeo/22065

sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes. L'objectif du développement touristique durable est de rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales qui résultent du développement touristique avec le maintien de capacités de développement pour les générations futures[299].

Le tourisme durable est défini par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) comme un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. Le développement d'un tourisme durable exige la participation éclairée de toutes les parties prenantes concernées ainsi qu'une volonté politique forte afin de garantir une participation étendue et un large consensus. Assurer la viabilité du tourisme est un processus continu qui exige un contrôle permanent des impacts et l'introduction de mesures préventives et/ou correctives nécessaires en tant que besoin. Le tourisme durable doit également maintenir un haut niveau de satisfaction des touristes et leur permettre de vivre des expériences intéressantes, en les sensibilisant aux problèmes de développement durable et en leur faisant mieux connaître les pratiques du tourisme durable[300].

Le tourisme durable doit[301] *:*

- *Faire un usage optimal des ressources environnementales qui sont un élément-clé du développement du tourisme, en préservant les processus écologiques essentiels et en contribuant à la conservation des ressources naturelles et de la biodiversité ;*

---

299 «Définitions de l'Agenda 21e siècle local»

URL : http://demarchesterritorialesdedeveloppementdurable.org/definitions/ (consulté le 03 mars 2018).

300 «Sustainable development of tourism»

URL : http://sdt.unwto.org/fr/content/definition (consulté le 03 mars 2018).

301 Idem.

- *Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leur patrimoine culturel bâti et vivant ainsi que leurs valeurs traditionnelles et contribuer à la tolérance et à la compréhension interculturelles ;*

- *Garantir des activités économiques viables à long terme en apportant à tous les acteurs des retombées socio-économiques équitablement réparties, notamment des possibilités d'emploi et de revenus stables, des services sociaux aux communautés d'accueil, et en contribuant à la lutte contre la pauvreté.*

En 2016, l'ONU a mis l'accent sur les trois grandes catégories d'objectifs du développement durable[302]:

- *Améliorer l'équité sociale, c'est-à-dire permettre la satisfaction des besoins essentiels des communautés humaines présentes et futures et l'amélioration de la qualité de vie et ce, notamment par l'accès pour tous à l'emploi, à l'éducation, aux soins médicaux et aux services sociaux, à un logement de qualité, ainsi que par le respect des droits et des libertés de la personne et du travailleur et par la participation, pour l'ensemble des groupes de la société, aux différents processus de prise de décision. Le concept de développement durable vise à créer les conditions d'une double solidarité, horizontale, à l'égard des plus démunis du moment et verticale, entre les générations.*

- *Le développement durable exige que le social soit aux commandes, que l'écologie soit appréhendée comme condition nouvelle, que l'économique soit ramené à son rôle d'instrument. L'être humain constitue la finalité du développement durable.*

- *Améliorer l'efficacité économique, c'est favoriser une gestion optimale des ressources humaines, naturelles et financières. Ceci vise à permettre la satisfaction des besoins des communautés humaines et ce, notamment par la responsabilisation des entreprises et des consommateurs au regard des biens et des services qu'ils produisent et utilisent ainsi que par l'adoption de politiques gouvernementales appropriées.*

---

302 URL : https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/development-agenda/ (consulté le 03 mars 2018).

Le tourisme durable *«fait référence à une croissance réfléchie à long terme, maîtrisée et génératrice de progrès sociaux dans le sens où les personnes concernées sont associées aux décisions. Il consiste donc en la promotion d'une palette des ressources d'un territoire et nécessite de développer une offre qui n'est plus sectorisée mais globale et concertée, articulée avec de véritables stratégies de développement local*[303]*».*

Le tourisme durable *«est envisagé comme privilégiant la gestion sur le long terme de l'ensemble des ressources, de manière à ce que les besoins économiques et sociaux puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité de la culture, les processus écologiques essentiels, la biodiversité et les systèmes de réponse aux besoins vitaux. Les produits de tourisme durable fonctionnent au niveau local en harmonie avec l'environnement, la communauté, et les cultures afin que ces trois composantes en bénéficient en permanence*[304]*».*

L'expression tourisme durable décrit généralement toutes les formes de tourisme alternatif qui respectent, préservent et mettent durablement en valeur les ressources patrimoniales (naturelles, culturelles et sociales) d'un territoire à l'attention des touristes accueillis, de manière à minimiser les impacts négatifs qu'ils pourraient générer[305]*.*

---

303 Moinet, François, Tourisme rural. Concevoir, créer, gérer (5e édition), Paris, Editions France-Agricole, coll. Agri Decisions, 2012.

304 BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

305 «Tourisme durable»

URL : http://www.gaea21.org/wpg21/tourisme-durable/ (consulté le 22 septembre 2018).

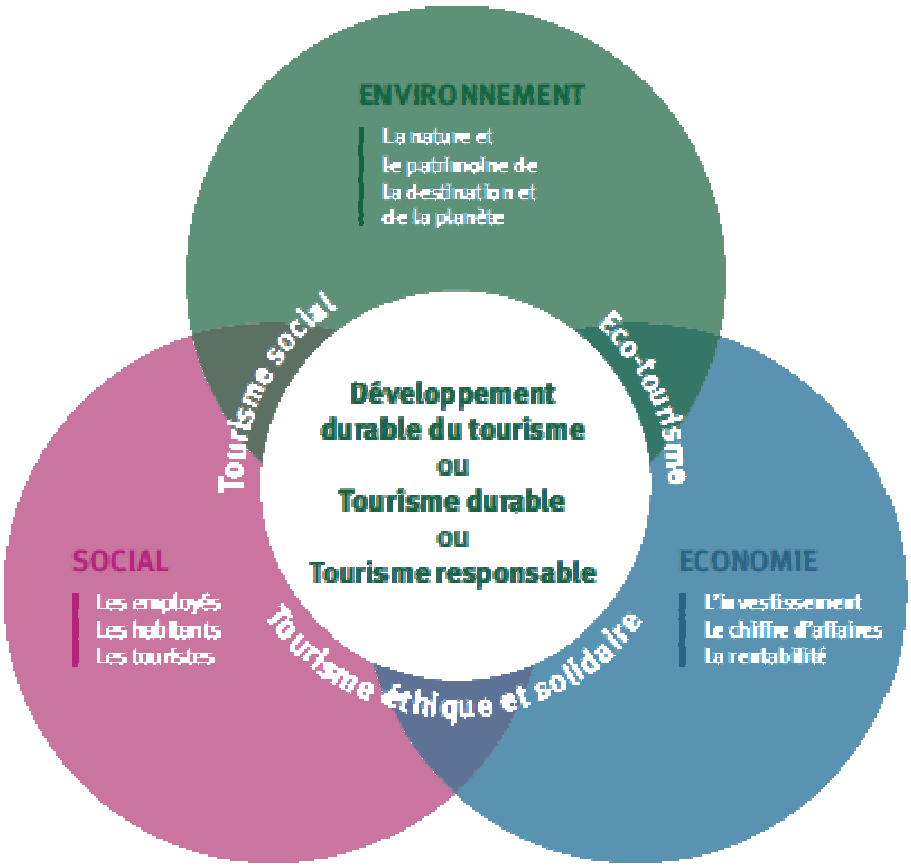


Schéma 4 : Le développement durable du tourisme. (Source : Atout France[306])

À travers ce schéma 4, nous constatons que le développement durable du tourisme se compose de trois pivots majeurs : l'environnement, l'économie et le social. Ces trois pivots majeurs constituent également les composantes du tourisme durable. Ainsi, «*le tourisme durable n'est ni un produit ni une nouvelle façon de vendre une activité ou un pays ; mais c'est un processus, un mode de développement qui dépend de facteurs globaux et locaux, puisqu'il veut s'adapter aux territoires et aux populations locales dans sa mise en œuvre et dans ses retombées*[307]».

306 Collectif, Tourisme et développement durable. De la connaissance des marchés à l'action marketing, Paris, Editions Atout France, 2011.

307 «Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés».

URL : https://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/ressources-1/item/412-charte-europenne-du-tourisme-durable-dans-les-espaces-proteges (consulté le 03 mars 2018).

Schéma 5 : Les formes de tourisme alternatif[308]

«Le tourisme durable tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil[309]» (OMT). Ainsi, tous les types de tourismes, tels que le tourisme communautaire, le tourisme équitable, le tourisme solidaire ou l'écotourisme, font partie de l'objectif du tourisme durable. B. Schéou pose la question sur l'éthique se pose dans le tourisme durable : *«Tourisme durable, tourisme solidaire et tourisme équitable sont issus de l'éthique, mais s'en sont émancipés. L'approche dominante, pour ce qui est du tourisme durable, est technique et scientifique avant d'être éthique[310]».*

---

308 «Définir les différentes formes de tourisme».

URL : https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/ (consulté le 03 mars 2018).

309 «Définitions tourisme durable».

URL : http://sdt.unwto.org/fr/content/definition (consulté le 03 mars 2018).

310 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

D'après lui, l'éthique devrait mettre l'accent sur les deux raisons qui nous obligent à passer à *«une approche à la fois déontologique et technique»* : «*La première correspond au manque d'éthique qui caractérise notre société (…). La seconde est due à la complexification du monde qui rend les relations de cause à effet entre les phénomènes difficiles à appréhender et nous oblige à dépendre de la science et de la diffusion des résultats scientifiques pour disposer des informations adéquates à la prise de décision éthique*[311]».

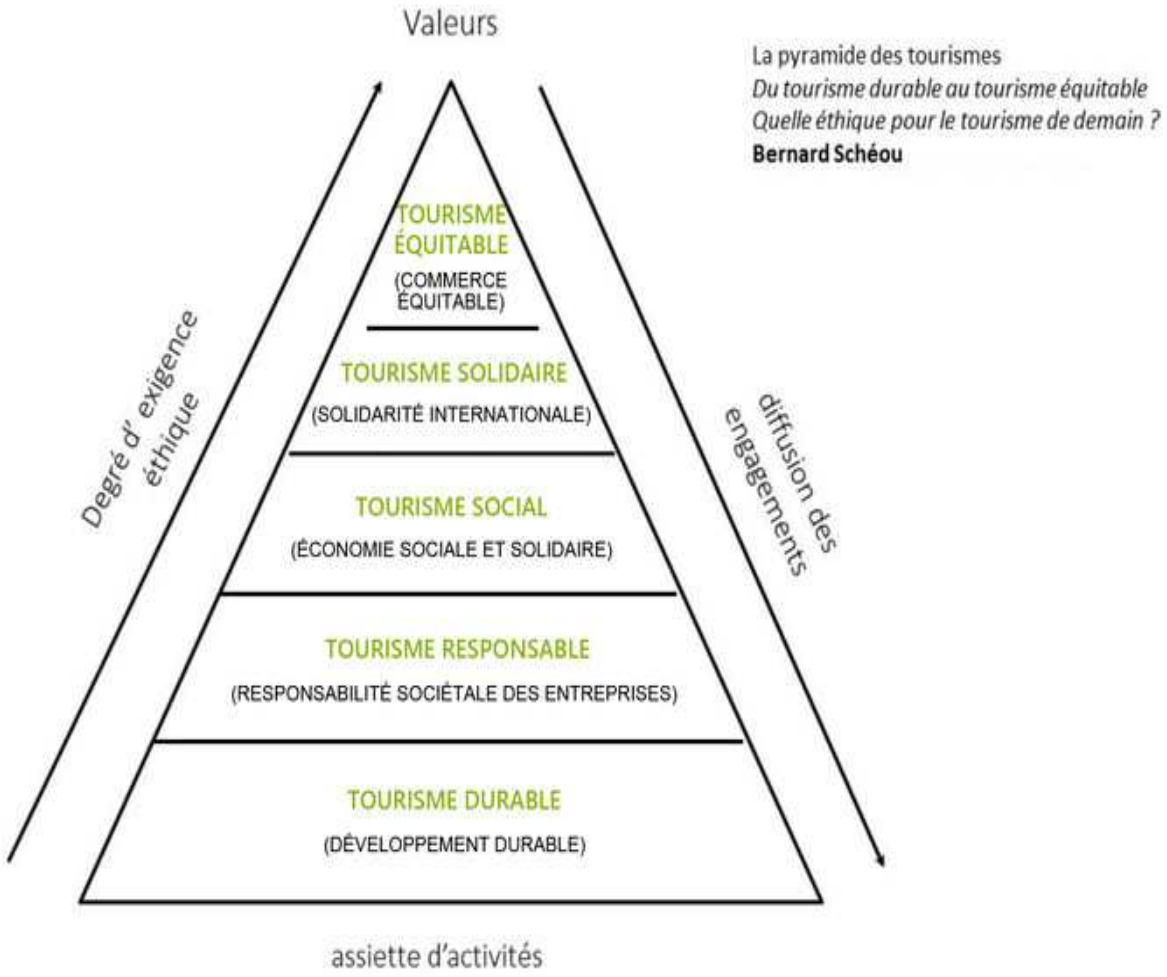


Schéma 6 : La pyramide des tourismes. (B.Schéou, 2009[312])

---

311 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

312 Ibid.

Pour l'Agence Française de l'Industrie Touristique (AFIT)[313], le tourisme durable doit se baser sur les quatre dimensions suivantes :

- *L'éthique : le développement touristique respecte les règles de la démocratie participative, la transparence, la solidarité et la tolérance.*
- *L'environnement : le développement touristique favorise la gestion patrimoniale des ressources non-renouvelables considérant l'impact des projets sur la préservation du patrimoine (paysage, bâti et biodiversité) et des ressources (eau, air, énergie…) indispensable pour l'avenir des futures générations.*
- *Le social : les effets des projets touristiques sur les populations d'accueil doivent être pris en compte, de même qu'ils doivent concourir à la réduction des inégalités et à l'évolution et l'épanouissement humain.*
- *L'économie : le tourisme doit constituer un moyen au service humain et permettre d'optimiser une logique de création, d'imagination et de redistribution des richesses.*

b. Les tourismes concernés:

Dans le cadre de cette recherche, afin d'arriver à mieux analyser le contexte du développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux ciblés de la province de TTH, nous avons recours aux notions des tourismes concernés liées à la culture, aux communautés, aux rencontres entre l'habitant et le touriste, à la vie rurale, au social, à la création d'emplois en faveur des autochtones… Les notions cohabitent et sont en corrélation avec le concept de développement durable dans le sens où ils doivent être supportables à long terme sur le plan écologique, viables sur le plan économique et équitables sur le plan éthique et social pour les populations locales[314].

---

313 Theyssandier, Jean-Paul, Perret, Jacques, Marette, Catherine (dirs), Piloter le tourisme durable dans les territoires et les entreprises, Paris, La Documentation Française, coll. Les cahiers de l'AFIT – Guides de savoir-faire, 2003.

314 Selon la Charte du tourisme durable (voir Annexe 1).

Le tourisme communautaire *«est centré sur l'implication des populations locales dans un développement touristique localisé et à leur profit : elles construisent et gèrent les structures d'accueil des voyageurs, comme l'ensemble des services qui leur sont proposés localement. Elles conservent un contrôle complet sur les revenus qui servent à l'amélioration des conditions de vie de la communauté. Elles donnent une importance particulière au respect de la nature et de leurs traditions. Cette forme de développement du tourisme est souvent combinée avec le développement d'activités productives, telles que des ateliers de transformation de produits agricoles ou d'artisanats dont les produits sont prioritairement vendus aux touristes*[315]*»*.

- **Le tourisme responsable** *«se réfère au paradigme actuel de la responsabilité, qui s'est concrétisé à travers la notion du développement durable et de responsabilité sociale des entreprises. Parler de tourisme responsable, c'est souhaiter que les acteurs impliqués dans le tourisme reconnaissent leur responsabilité*[316]*»*. Le tourisme responsable *«est une démarche volontaire du voyageur ou du voyagiste. Voyager responsable, c'est minimiser aux maximum son impact sur l'environnement et sur le mode de vie local*[317]*»*. **Le tourisme social** est comme un tourisme permettant la participation au voyage des individus défavorisés ou économiquement faibles[318].

- **Le tourisme solidaire** *«permet la création d'un lien de solidarité entre le voyageur et les populations. Une participation financière du voyageur ou du voyagiste est réservée à des projets de développement locaux. Les communautés locales sont parties prenantes de ces projets dont la finalité est l'amélioration de*

---

315 BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

316 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

317 URL : https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/ (consulté le 03 mars 208).

318 RYAN, C., «Equity, management, power sharing and sustainaibility – issues of the "new tourism"», *Tourism Management*, n° 23, 2015.

leurs conditions de vie»[319]. Dans le tourisme, *«la solidarité exige à la fois ouverture d'esprit et volonté de contribuer au développement des destinations*[320]*»*.

- **Le tourisme équitable** : *«concept directement inspiré du commerce équitable, le tourisme équitable permet une rémunération plus juste des communautés* locales[321]». Ce tourisme *« est connu pour être un secteur très concurrentiel où la politique de bas prix entraîne le plus souvent des mauvaises conditions de travail et de rémunération*[322]*»*.

En dehors des formes de tourismes mentionnées ci-dessus, les trois autres tourismes suivants conviennent parfaitement quant à notre sujet d'étude :

- **Le tourisme culturel** est défini comme *« celui qui a pour objet, entre autres objectifs, la découverte des sites et des monuments. Il exerce sur ceux-ci un effet positif considérable dans la mesure où, pour ses propres fins, il concourt à leur maintien en vie et à leur protection. Cette forme de tourisme justifie en effet les efforts que ce maintien et cette protection exigent de la communauté humaine, en raison des bénéfices socioculturels et économiques qui en découlent pour l'ensemble des populations concernées*[323]*»*.

- **Le tourisme d'échange et de rencontre** autrement dit «tourisme intégré» : *«son idée d'intégration témoigne de la volonté d'adapter le tourisme à son environnement naturel et culturel plutôt que d'obliger cet environnement à s'adapter au tourisme. Elle concerne plutôt des zones rurales, éloignées des lieux touristiques classiques. Cette volonté d'intégration se retrouve dans les choix architecturaux correspondant aux pratiques traditionnelles et locales, dans la limitation du nombre des visiteurs afin que leur présence ne déséquilibre pas la communauté hôte, dans la volonté de*

---

319 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

320 Ibid.

321 Ibid.

322 Ibid.

323 COLLECTIF, *Tourism at world heritage cultural sites: the site manager's handbook*, Paris, ICOMOS, 1993.

maintenir d'autres activités économiques et notamment les activités économiques traditionnelles[324]*».*

- ***Le tourisme rural*** *«est la forme de tourisme que l'on associe le plus communément au tourisme durable pour des motifs qui tiennent à ses aspects diffus, sa forte composante environnementale et aux activités de loisirs de nature qui lui sont associées. La mise en œuvre du développement durable du tourisme vise à conforter ses bienfaits sociaux (à travers la découverte d'autres cultures, la pratique d'activités de loisirs) et économiques (maintien et développement des emplois, création de richesses pour les territoires réceptifs) tout en s'efforçant de réduire voire de neutraliser les nuisances environnementales qu'il peut occasionner et parvenir à une utilisation économe des ressources. L'espace rural offre au tourisme durable un vaste champ de développement au travers des circulations douces*[325]*».*

- **Le tourisme en faveur des pauvres** (Pro-poor tourism –PPT) *: «n'est ni un produit spécifique ni une niche de marché, mais une approche de la gestion et du développement du tourisme. Le but est d'augmenter les bénéfices nets des populations les plus pauvres. Cette approche vise à améliorer les liens entre les activités touristiques et les catégories les plus pauvres de la population afin que la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté augmente*[326]*».*

III.5.1.2 Tourisme communautaire: réagir davantage

En nous basant sur la *Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle* et la *Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle faciliter l'accès des entreprises communautaires aux infrastructures, aux marchés et aux services financiers* proclamées en 2001[327], nous essayons de nous y référencer

---

324 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

325 « Geotourisme. Tourisme rural en France ».

URL : http://geotourweb.com/nouvelle_page_125.htm (consulté le 03 mars 2018).

326 BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

327 Voir Annexe 2.

afin d'analyser le contexte actuel dans le cadre du développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué.

a. Le développement du tourisme communautaire grâce à la variété des conditions environnementales:

- Les environnements naturels :

Comme abordé de manière large dans l'introduction générale de cette recherche, la province de TTH possède une variété de reliefs naturels : mer, lagune, montagnes et plaines et systèmes de rivières.

Les montagnes de Bach Ma, qui culminent à 1.400 mètres d'altitude, se trouvent à 50 km de la ville de Hué. C'est la dernière station climatique construite par les Français en Indochine, en 1932[328].

La plage de Thuan An se trouve au district de Phu Vang, à 14 km de la ville de Hué. Elle se niche en plein cœur de l'estuaire où se jette la rivière des Parfums, dans le lagon Tam Giang puis dans la mer. Le long de la route pour s'y rendre, la rivière empruntée par de nombreux bateaux s'écoule en parallèle des habitations, des temples, des pagodes, des jardins et des champs.

La lagune de Tam Giang est une des plus grandes lagunes d'eau douce typiques du Vietnam, d'une longueur de près de 70 km et traversant cinq districts de la province de TTH[329]. Sa superficie est de 52 km^2, de 24 km de longueur et de 2 à 7 mètres de profondeur. C'est le lieu de convergence de trois grandes rivières (d'O Lau, de Parfums et de Bô) avant qu'elles ne se jettent dans la mer *via* la « porte de mer » de Thuan An.

328 URL : https://www.fareastour.com/guides/Attraction/Montagne_Bach_Ma.html (consulté le 26 avril 2018).

329 URL : http://voyage-vietnam.com/tam-giang-lagune/ (consulté le 26 avril 2018).

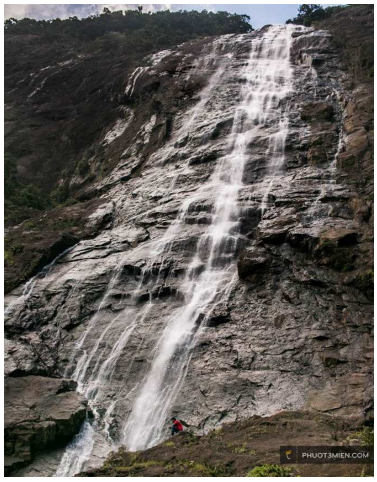


Photo 85 (à gauche) : Le chemin menant au sommet du parc national de Bach Ma.

(© phuot3mien.com)

Photo 86 (à droite) : Les cascades de Dô Quyên d'une hauteur de 300 m dans les montagnes de Bach Ma. (© phuot3mien.com)

Photo 87 : La plage de Thuan An. (© phuot3mien.com)

Photo 88 : La lagune de Tam Giang. (© phuot3mien.com)

Carte 9 : Le relief de la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

- La diversité des ethnies :

Les deux districts de Nam Dong et A Luoi ainsi que 34 communes de la province de TTH regroupent des ethnies minoritaires. Le nombre des ethnies minoritaires compte pour plus de 49.000 personnes et occupe pour plus de 35.8 % de la population totale des zones minoritaires et montagnardes[330]. Les ethniques minoritaires sont les PaCo, Taoi, Kotu, PaHy, Van Kieu ; et l'ethnie principale est celle des Kinhs.

Chaque ethnie possède son propre dialecte, une identité culturelle et des mœurs variés. La langue officielle demeure toutefois le vietnamien. Tout ceci forme une mosaïque des cultures multicolores y compris en ce qui concerne les histoires et la diversité des traditions.

- La diversité des cultures matérielles et immatérielles :

La dynastie Nguyen a laissé des traces historiques où s'imbriquent les traditions, les coutumes, l'art, les métiers, la gastronomie et l'architecture. On les distingue selon deux types de cultures :

  - Patrimoines immatériels : chants royaux, savoir-faire des métiers, savoir-faire de cuisine, traditions, coutumes, art.

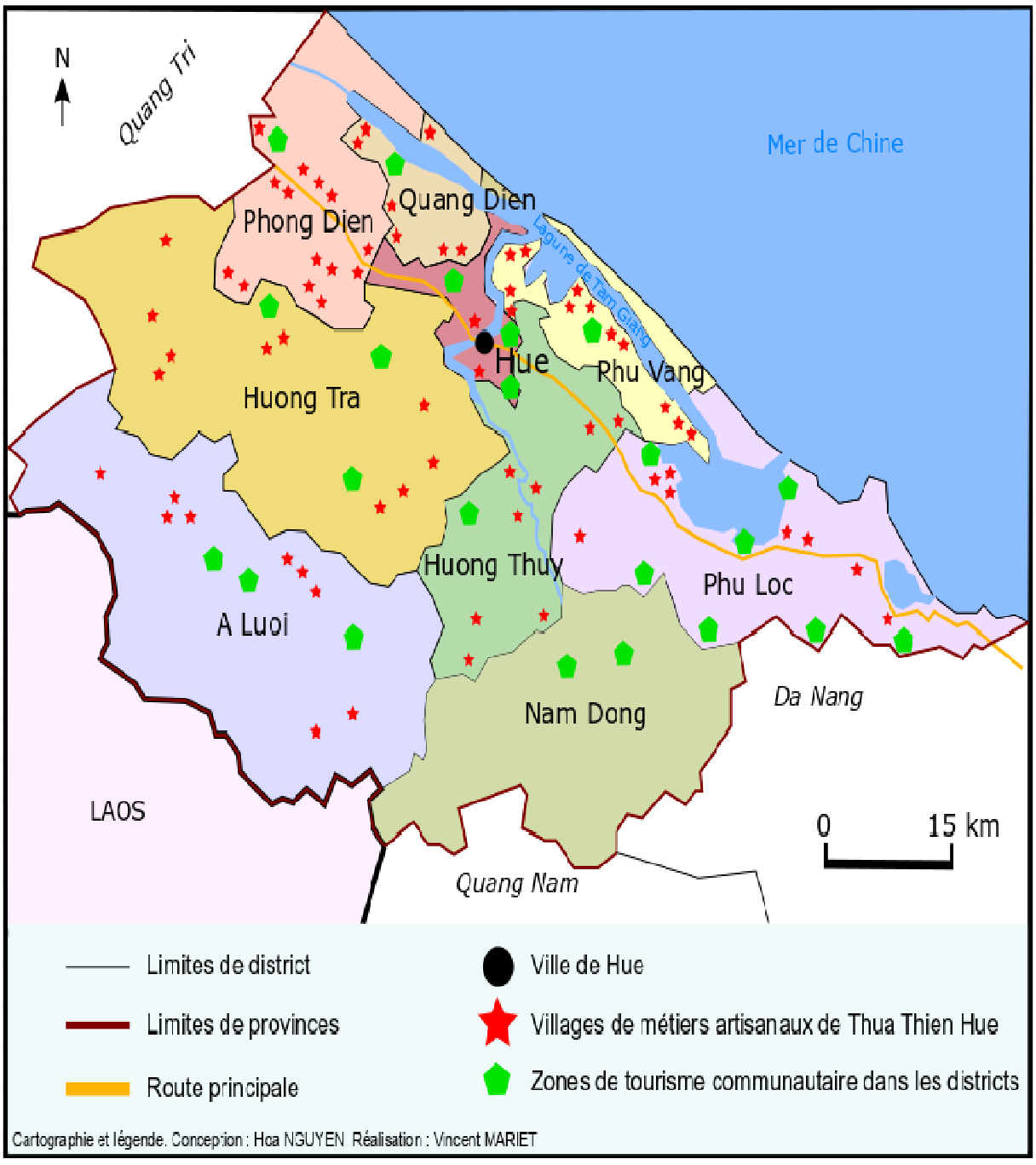
  - Patrimoines matériels : architecture, monuments historiques, monuments religieux, produits artisanaux.

Au fil de temps, les cultures évoluent et changent énormément. Cependant, le noyau des valeurs culturelles se perpétue de génération en génération. C'est toute l'identité d'une communauté qui se caractérise et se distingue des autres cultures. Ainsi, la diversité des facteurs sur l'environnement, les ethnies et les cultures contribue véritablement au développement du tourisme communautaire où le touriste s'initie à de nouvelles expériences et où l'habitant peut trouver de nouveaux emplois. De ce fait, les cultures endormies se réincarnent et sont donc conservées.

330 NGUYEN, Thi Suu, «5 nam phat trien va doi moi cac vung dan toc thieu so va vung nui cua Tinh Thua Thien Hué [Les 5 ans de développement et de rénovation des régions d'ethnies minoritaires et montagnards de la province de TTH]», *Revue des Ethnies*, n° 164, 2014.

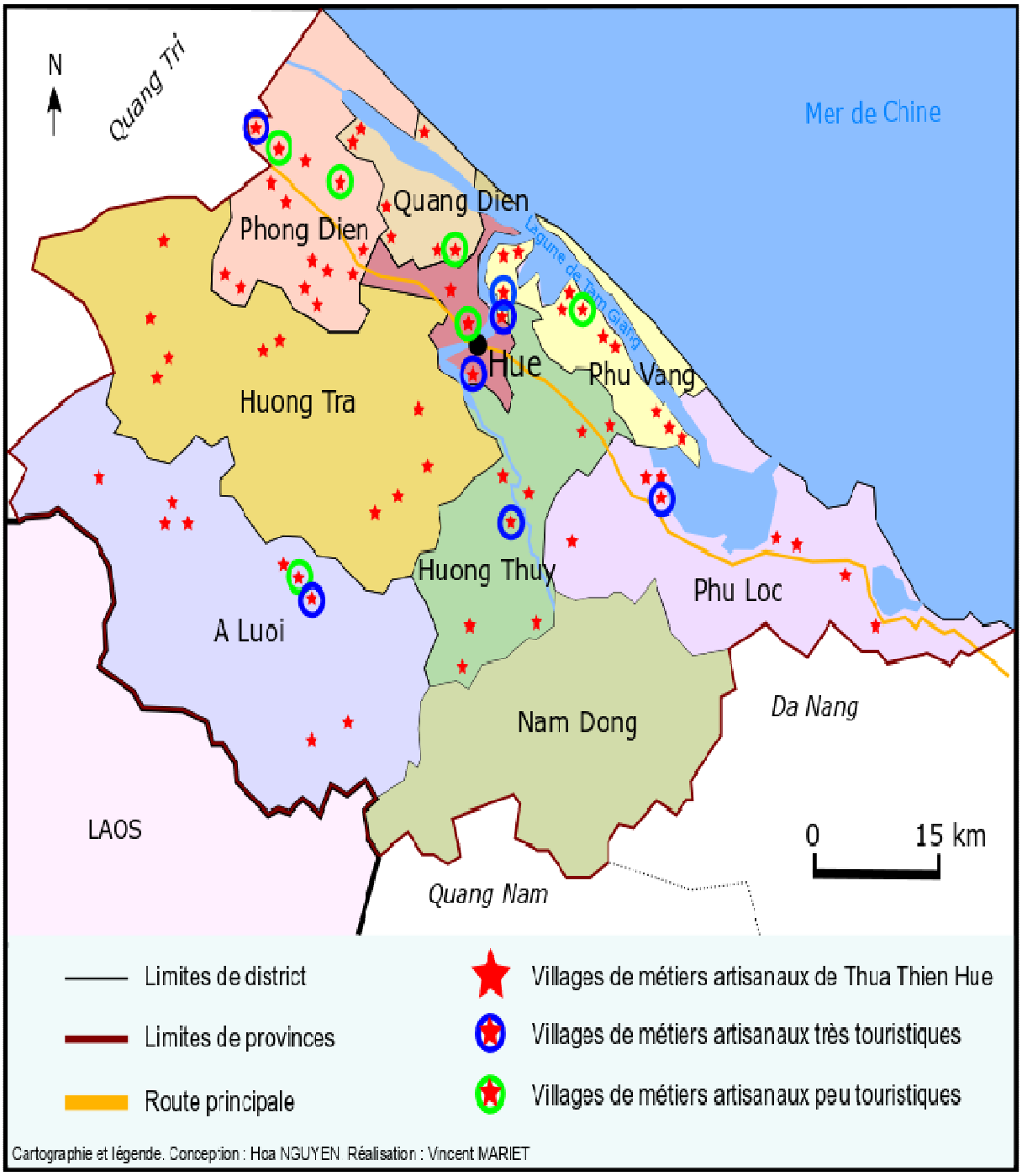
D'autres cultures exploitées deviennent en fin de compte un label incontournable du territoire. Cette diversité favorise dans la province de TTH la construction de types de tourisme communautaire variés : tourisme communautaire dans les montagnes, au bord de la mer ou encore dans les plaines.

b. Les zones développées du tourisme communautaire:



Carte 10 : Les zones de développement du tourisme communautaire dans la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Carte 11 : Les villages de métiers artisanaux, très touristiques et peu touristiques, dans la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Observons la carte 10, les zones de développement du tourisme communautaire sont dispersées dans les huit districts ainsi que dans la ville de Hué. Nous remarquons également que les villages de métiers artisanaux se trouvent à proximité de ces zones. Nous notons que le tourisme communautaire se développe davantage dans la ville de Hué, au milieu des montagnes (district d'A Luoi et de Nam Dong) et au cœur de la lagune de Tam Giang (district de Phu Vang et de Phu Lôc). Ces zones, favorables, ont des conditions naturelles et culturelles variées telles que la montagne, la mer, la campagne ; mais aussi des ethnies, des métiers artisanaux, et des cuisines locales différentes.

En ce qui concerne le développement du tourisme communautaire au sein des villages de métiers artisanaux (voir la carte 11), les sept villages de métiers artisanaux suivants (Thuy Thanh, **Phuoc Tich**, A Dot, Thuy Lâp, Thuy Bieu, **Thuy Xuan, Thanh Tien**) développent correctement le tourisme. Les trois villages retenus (Phuoc Tich, Thuy Xuan, Thanh Tien) suite à l'étude de terrain sont classés dans la liste d'intérêt des touristes. Les six autres villages de métiers artisanaux (A Roang, **Bao La, Sinh**, My Xuyen, Huong Toan, Phuong Duc) développent quant à eu très peu le tourisme.

Parmi les 69 villages de métiers artisanaux abordés dans les chapitres précédents, nous notons que les tourismes culturel et communautaire se développent dans 13 villages. Le tourisme ne touche pas encore les autres villages restants, ces derniers étant inclus dans la visite en tant que passage supplémentaire. Exemple : dans le circuit du tourisme communautaire du village de Thuy Bieu, les touristes visitent le village de cuivrerie Phuong Duc seulement en passant, sur le trajet.

Le tourisme communautaire s'inscrit dans le cadre de l'environnement naturel de la province

Il faut clarifier le fait que le choix des touristes en matière de tourisme communautaire n'est *a priori* pas forcément issu des villages de métiers artisanaux. Ils choisissent des endroits où l'environnement naturel leur convient et où la rencontre directe avec les autochtones peut leur plaire. La découverte des savoir-faire se fait par la suite. Dans ces cas-là, la visite se prolonge donc, les touristes dorment sur place (*home stay*). La visite n'est qu'une excursion à la demi-journée.

Dans le but de justifier cette réflexion, nous avons interviewé des agents de voyage en leur posant la question des motivations des touristes en ce qui concerne le tourisme communautaire. La majorité des motivations vient de la volonté même d'expérimenter la vie des autochtones et de profiter de l'environnement naturel (montagne, mer, campagne…). Les touristes recherchent un milieu qui n'est pas familier au leur. Ils aimeraient participer aux activités quotidiennes avec les ruraux, les pêcheurs, les agriculteurs, les éleveurs, etc. Les expériences en milieu naturel, des métiers traditionnels et des rythmes de vie des indigènes attirent les touristes. Ces types d'activités contribuent à développer le tourisme communautaire, le tourisme culturel, le tourisme d'échange et de rencontre, le tourisme social, le tourisme équitable et le tourisme rural qui ont tous pour objectif le tourisme durable.

La découverte des métiers artisanaux peut-elle devenir un passage incontournable pour les touristes?

Alors qu'*a priori* le choix de la découverte des métiers artisanaux reste somme toute une visite de courte durée faute de variété dans les activités supplémentaires, elles accrochent néanmoins les touristes qui ont par conséquent envie de rester plus longtemps pour en découvrir plus. Certes, l'excursion dans les villages de métiers de confection des produits artisanaux ne dure que trois heures au maximum. Mais les villages de métiers artisanaux **Phuoc Tich et Thuy Xuan** comprennent tous deux les critères suivants : le service de logement sur place (*home stay*) et le métier artisanal. Quant aux autres villages de métiers artisanaux, ils accueillent les touristes qui viennent découvrir un des traits culturels de la région. En ce cas, c'est donc plutôt un tourisme de découverte culturelle.

Selon les agents de voyage interviewés, ils combinent ces excursions dans les circuits de découverte des patrimoines dans la ville de Hué. Ils envisagent donc de passer par les villages de métiers artisanaux à proximité de la ville pour économiser le temps de trajet. Les agences de voyages ont tendance à regrouper les circuits de découverte de ces villages qui se trouvent à moins de 10 km les uns des autres. De plus, certains touristes aiment combler les vides de leur séjour en visitant seuls ces villages à vélo, ou en moto. L'objectif majeur de ces visites reste néanmoins de valoriser les métiers artisanaux et de faire découvrir des produits traditionnels. Ceci

est notamment figuré dans les programmes d'action préconisés par les administrateurs.

c. Contribuer au développement des communautés:

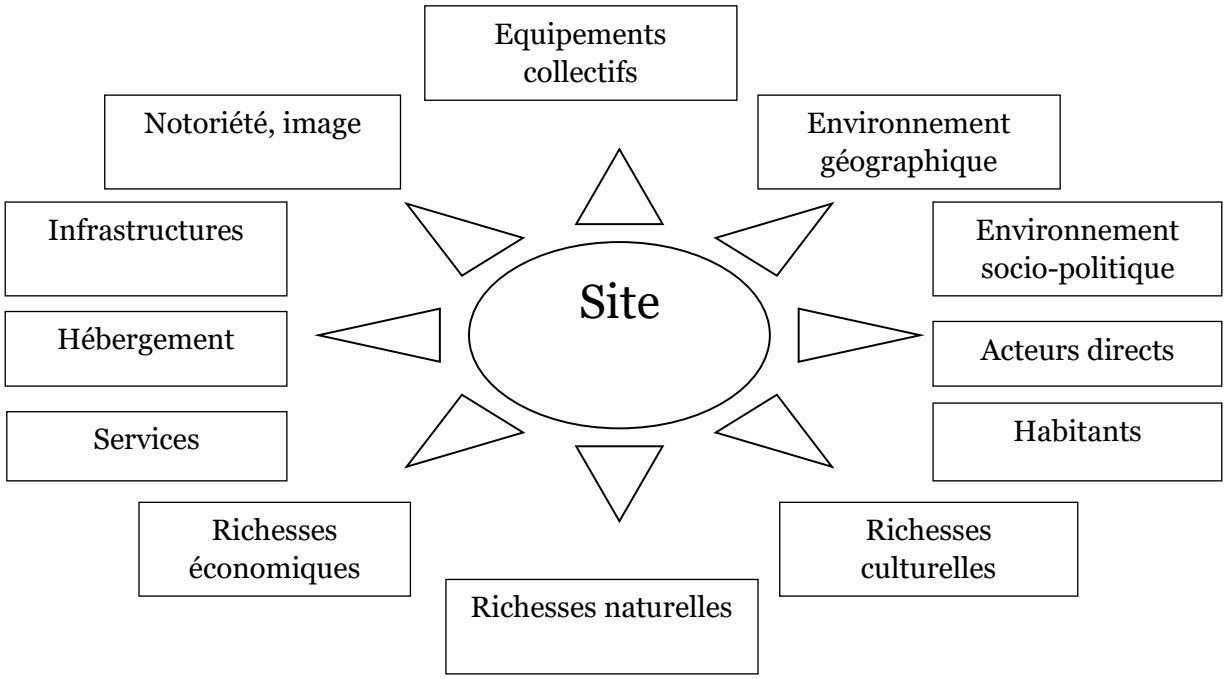


Schéma 7 : Les principales composantes d'un système touristique

Source : Alain LAURENT[331], 2008

Nous nous rendons compte que le tourisme communautaire est basé sur les mêmes éléments visibles dans ce schéma 7. Le développement durable du tourisme communautaire se base sur plusieurs facteurs : les ressources naturelles et culturelles ; les infrastructures, les services, l'hébergement ; l'environnement socio-politique ; etc. Tout cela engendre une interaction entre le touriste et l'habitant qui participent, avec conscience et responsabilité, à la protection de l'environnement et de la culture, à la création d'emplois pour les habitants locaux et à l'amélioration économique locale. La rencontre des altérités (entre deux cultures différentes) contribue à enrichir les valeurs sociales et culturelles.

331 LAURENT, Alain, «Les obstacles au développement durable et au tourisme responsable», dans CLARIMONT, Sylvie et VLÈS, Vincent (dirs.), *Tourisme durable en montagne. Entre discours et pratiques*, Paris, AFNOR, 2008.

Depuis 2012, le tourisme communautaire se développe progressivement et gagne en réputation dans les villages de Thuy Bieu, de Phuoc Tich, de Thuy Thanh, de Thuy Lâp, de Doi et de Hong Ha[332]. Il est important de préciser qu'en 2012, le Service du Tourisme de la province de TTH et l'Association des coopérations internationales du Japon (JICA) se sont mis d'accord dans le choix du village de Thuy Thanh comme la première destination privilégiée du projet pour «le développement du tourisme communautaire»[333]. Par la suite, un autre projet de la JICA en faveur du tourisme communautaire a été mis en place au village de Phuoc Tich - «Les parfums cachés dans l'ancien village» - avec pour objectif de valoriser le rôle de la communauté locale dans le développement durable, grâce au tourisme. En outre, l'Association de SNV et l'agence de voyage de Huong Giang ont lancé, auprès des habitants locaux, le projet de «mise en commerce du tourisme avec les pauvres» au quartier d'An Tay (ville de Hué), dans un objectif de lutte contre la pauvreté[334].

Pourtant, le nombre de villages de tourisme communautaire s'élève encore à bien peu. Les touristes ne s'intéressent pas véritablement à ces destinations, faute d'activités attrayantes. La promotion de ces villages n'est pas à la hauteur. Ce sont des agences de voyages qui prennent l'initiative en ce qui concerne l'exploitation de ce type du tourisme. Les investissements venant des services administratifs semblent modestes. Selon M. Minh TRUONG[335] : «*nous remarquons une forte augmentation du nombre de touristes domestiques et internationaux qui choisissent le tourisme communautaire. Nous nous mettons à envisager davantage de promotion pour ce type de tourisme. C'est la nouvelle tendance des touristes dans cette province : découvrir les cultures sous un autre angle de vision en ayant des expériences avec les autochtones. Nous nous associerons avec l'Association du Tourisme et les agences de voyage dans le domaine de la promotion touristique culturelle et communautaire*».

---

332 URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=4&cn=91&tc=3698 (consulté le 30 octobre 2018).

333 Idem.

334 Idem.

335 Entretien avec M. Minh TRUONG, directeur du Centre de promotion et d'information du Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

Cependant, le projet d'investissement en faveur du développement du tourisme communautaire, projeté jusqu'en 2025 auprès de 14 villages de la province de TTH, a été lancé avec un budget de 30.855 milliards de dongs (plus d'un milliard euros), dont 70% du budget venant du Comité populaire de la province et 30% venant de la ville de Hué et des districts de la province[336]. Le Comité populaire investit dans les infrastructures routières liant des axes routiers nationaux et provinciaux dans les lieux concernés. Les investissements en matière de construction et/ou de rénovation d'infrastructure de chaque lieu s'élève à 1.5 milliard de dongs (plus de 55.000 euros)[337]. En ce qui concerne le stationnement, la construction d'un parking couvert et d'une salle d'attente ayant une superficie de 200m² au minimum est envisagée, avec un budget maximum de 200 millions de dongs (plus de 7.000 euros)[338].

Au niveau de la construction de logement chez l'habitant (le *home stay*), le budget pour chaque *home stay* s'élève à 30 millions de dongs (plus de 1000 euros), et 100 millions de dongs au maximum pour 3 chambres. Pour la rénovation des logements, le budget est de 15 millions de dongs (plus de 500 euros) pour chaque chambre, et 50 millions de dongs (plus 1.800 euros) au maximum pour trois chambres[339]. En ce qui concerne la création des activités touristiques (reconstitution de spectacles populaires, cuisine locale, confection de produits artisanaux, etc.), le budget s'élève à 50 millions de dongs (1.800 euros) pour chaque activité et à 250 millions de dongs (plus 9.000 euros) pour toutes les activités de chaque village[340].

Enfin, au niveau de la formation du personnel, le Service du Tourisme et l'Association du Tourisme mettent en place des cours de formation et d'entraînement des guides touristiques, d'hôtesses d'accueil, etc. *«La coordination avec des Associations internationales, des ONG, des agences de voyages du Vietnam et de l'étranger apportent de bonnes opportunités afin de développer le tourisme*

336 URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=4&cn=91&tc=3698 (consulté le 30 octobre 2018).

337 URL : https://theworldnews.net/vn-news/30-855-ty-dong-cho-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-thua-thien-hue (consulté le 22 mars 2019).

338 Idem.

339 Idem.

340 Idem.

communautaire et de promouvoir l'image touristique de la province à l'échelle internationale[341]*».*

(©khamphadisan.com)

Photo 89 : Les cascades de Parle dans la commune de Hong Ha (district d'A Luoi).

Photo 90 : La visite du village de Thuy Bieu (ville de Hué). (© hueecolodge.com)

Photo 91 : La visite du village de Thanh Toan (commune de Thuy Thanh). (© ivivu.com)

341 Entretien avec M. Hoa NGO, ex-vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué (Hué, juin 2017).

d. Lutte contre la pauvreté: les communautés locales doivent s'investir en priorité

Avant d'aborder le cas du développement durable dans l'objectif de lutte contre la pauvreté à travers le tourisme communautaire dans la province de TTH, nous avons besoin de comprendre certaines notions sur ce sujet, à travers des recherches et des rapports de l'OMT.

Selon l'OMT[342] (2011), «*les arrivées de touristes internationaux dans les pays en développement sont à la hausse et le tourisme s'impose de plus en plus comme un moteur du développement, des exportations et de l'emploi. Les touristes privilégient de plus en plus les attractions culturelles et naturelles des régions rurales, augmentant du même coup les opportunités de réduction de la pauvreté dans les pays en développement du fait de leur avantage comparatif. Le tourisme est une activité à forte intensité de main-d'œuvre, porteuse d'opportunités d'emploi même pour les personnes peu qualifiées. Considérant la nécessité de former les fournisseurs nationaux et de renforcer leurs capacités, et en coopération avec les prestataires internationaux et régionaux, le tourisme offre les meilleures opportunités pour faire reculer la pauvreté. En outre, l'OMT estime que le tourisme emploie davantage de femmes et de jeunes, proportionnellement plus désavantagés»*. En 2011, selon le Rapport du Fonds international de développement agricole sur la pauvreté rurale, le fait que les deux-tiers des personnes vivant dans l'extrême pauvreté sont des ruraux, renforce le potentiel pro-pauvre[343].

L'OMT (2002) est convaincue que le pouvoir du tourisme, «*l'une des activités économiques les plus dynamiques dans le monde d'aujourd'hui, peut être mis à contribution d'une manière plus efficace encore pour résoudre plus directement les problèmes liés à la pauvreté. Le tourisme offre davantage de possibilités de recours à une main-d'œuvre nombreuse et d'activités à petite échelle que tout autre secteur d'activités, à l'exception de l'agriculture. Il permet, mieux que ne le fait n'importe*

342 «Tourisme pro-pauvres : Elargir des opportunités – Réduire la pauvreté dans les pays en développement via le tourisme»

URL : http://www.intracen.org/contenu/Tourisme-pro-pauvres--Elargir-les-opportunites---Reduire-la-pauvrete-dans-les-pays-en-developpement-via-le-tourisme/ (consulté le 15 mai 2017).

343URL :https://www.gret.org/static/cdrom/bds/document_pdf/numero_6/Le%20tourisme%20et%20la%20reduction%20de%20la%20pauvrete.pdf (consulté le 06 mai 2017).

quel autre secteur, de promouvoir l'égalité des sexes et d'employer une proportion de femmes relativement élevée. Le tourisme peut être utilisé pour développer l'économie locale sous des formes permettant de contribuer à la réduction de la pauvreté. Les critères de réduction de la pauvreté devraient jouer un rôle plus important dans le processus de prise de décisions relatif au développement du tourisme. Le tourisme doit être considéré comme une option de développement primaire au même titre que d'autres secteurs d'activités ; c'est à ce titre qu'il doit être pris en compte dans la politique gouvernementale, dans les mesures connexes adoptées par les banques de développement et dans les plans d'intervention des organismes bilatéraux et multilatéraux[344]». « […] *Le tourisme peut présenter des avantages économiques pour les communautés hôtes et servir d'instrument pour atténuer la pauvreté et conserver les richesses naturelles et culturelles et les autres atouts.* […][345]».

«L'un des meilleurs moyens de renforcer les impacts économiques bénéfiques pour la communauté locale et d'accroître la contribution à la réduction de la pauvreté consiste à développer davantage encore les liens entre les secteurs formels du tourisme (hôtels, restaurants, agences de voyage, transporteurs) et l'économie locale. Une intégration accrue permet de nouer des liens plus forts entre le tourisme et les autres secteurs économiques, notamment l'agriculture, la pêche, la fabrication de produits manufacturés, le bâtiment et l'artisanat[346]».

«Le tourisme en faveur des pauvres n'est ni un produit spécifique ni une niche de marché, mais une approche de la gestion et du développement du tourisme. Le but est d'augmenter les bénéfices nets des populations les plus pauvres. Cette approche vise à améliorer les liens entre les activités touristiques et les catégories les plus pauvres de la population afin que la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté augmente[347]». En effet, le tourisme est censé être un outil de lutte contre

344 «Tourisme et réduction de la pauvreté».

URL : http://step.unwto.org/fr (consulté le 06 mai 2017).

345 COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.

346 Idem.

347 BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

la pauvreté, efficace et fructueux par rapport à l'agriculture. Son développement pourrait permettre aux habitants locaux de rester dans leur région et de vendre leurs produits fabriqués sur place et par eux-mêmes.

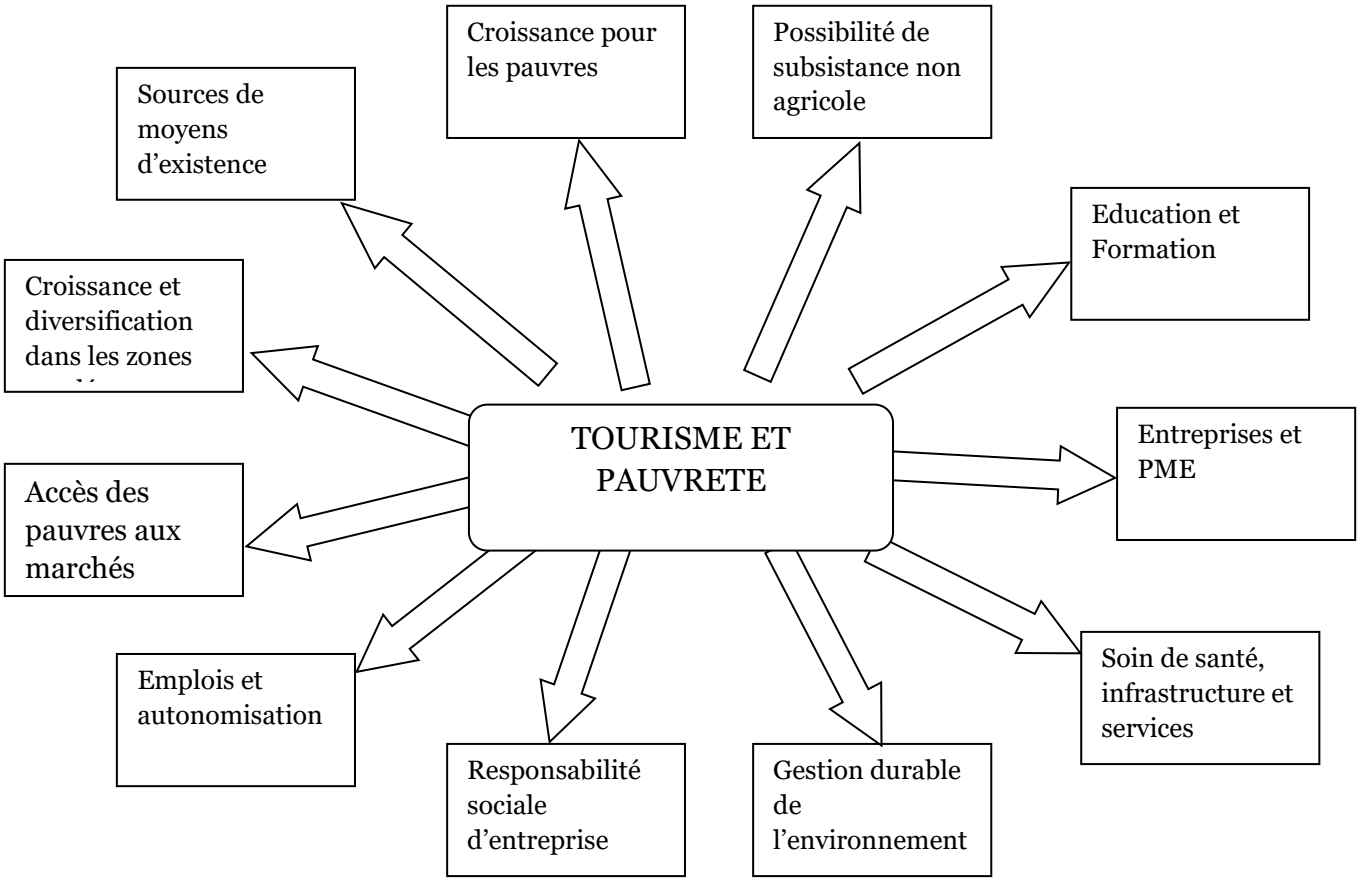


Schéma 8 : Les principaux facteurs déterminants de la relation tourisme – pauvreté[348].

Source : BIT, Genève, 2011.

«Les relations existantes entre tourisme et pauvreté sont multiples et dynamiques. À l'intérieur de ce cadre, la relation entre le secteur touristique et les secteurs connexes est une condition préalable à la réduction de la pauvreté. Le

---

348 «Outils sur la réduction de la pauvreté par le tourisme sur en zone rurale».
URL : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcm (consulté le 22 avril 2018).

graphique ci-dessus présente une proposition d'analyse des principaux facteurs qui déterminent la relation entre tourisme et pauvreté. Il y a participation directe au tourisme quand des pauvres fournissent des biens et des services à des touristes. Ils peuvent travailler dans un hôtel, un campement ou un restaurant, vendre de l'artisanat dans la rue, promener les touristes dans les alentours des villages, ou encore les héberger dans leur village. La participation est indirecte quand des pauvres travaillent dans les secteurs qui fournissent le tourisme. Ils peuvent cultiver et vendre des légumes qui seront servis dans des hôtels touristiques, ou travailler pour les secteurs de la construction ou des textiles d'ameublement destinés au tourisme[349]».

D'après l'OMT (2015) *: «L'importance attachée au tourisme international, en particulier à la proclamation d'une année internationale du tourisme durable pour le développement, permet de favoriser la compréhension entre tous les peuples, de faire mieux connaître le riche héritage des différentes civilisations et de faire davantage apprécier les valeurs inhérentes aux différentes cultures, contribuant ainsi à renforcer la paix dans le monde*[350]».

En effet, au sein des projets de développement du tourisme communautaire dans la province de TTH, la participation au tourisme des habitants locaux étaye cet objectif. Khe Su est un petit hameau du village de Lôc Tri (district de Phu Lôc). Il est enclavé dans les montagnes de Bach Ma – une destination de tourisme communautaire très connue de la province. Les habitants locaux n'ont pas de travail stable. Le revenu moyen est de moins de 70 euros par mois et par ménage. Ils vivent en faisant du petit bricolage, en chassant dans des forêts. La vie est très précaire. Le gouvernement du district les encouragent et les motivent à participer au tourisme en tant que transporteurs ou gardiens dans des gîtes… Le but est de leur procurer un travail plus stable avec un salaire fixe, pour nourrir leur famille. De ce fait, ils abandonnent progressivement la chasse et la déforestation. L'approche d'un bon

349 «Outils sur la réduction de la pauvreté par le tourisme sur en zone rurale».
URL : https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcm (consulté le 22 avril 2018).

350 URL: http://media.unwto.org/fr/press-release/2015-12-10/les-nations-unies-proclament-2017-annee-internationale-du-tourisme-durable (consulté le 22 avril 2018).

travail et d'un environnement social adéquat les aident à prendre conscience de la protection de la nature, à éduquer leurs enfants et à apprendre le savoir-vivre, etc.…

Photo 92 : La visite d'une famille pauvre du village de Lôc Tri (district de Phu Lôc).

(© vietbao.vn)

«Le tourisme peut être utilisé pour développer l'économie locale sous des formes permettant de contribuer à la réduction de la pauvreté. Les critères de réduction de la pauvreté devraient jouer un rôle plus important dans le processus de prise de décisions relatif au développement du tourisme. Les impacts sur la réduction de la pauvreté devraient faire partie intégrante de toute évaluation de la durabilité. L'une des pierres angulaires de la durabilité est le bien-être des communautés pauvres et leur environnement. Il est important que les pauvres ne soient pas rendus plus vulnérables encore par le fait que le tourisme dégrade leur patrimoine naturel et culturel. Le tourisme ne constitue aucunement la panacée pour les pauvres – toutes les formes de monoculture accroissent la vulnérabilité. Il peut cependant jouer un rôle important dans un développement durable et équilibré et avoir des effets bénéfiques sur les pauvres[351]*».*

Le village de Ngu My Thanh se trouve dans la commune de Quang Loi, district de Quang Dien. Le métier traditionnel est le tissage de fil de pêche, de génération en génération. En outre, les autochtones gagnent leur vie grâce au travail saisonnier de

351 COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.

la « chasse aux moules ». Mais le travail est précaire et peu fructueux. Le revenu moyen est de seulement 100 euros par mois et par ménage.

Photo 93 (à gauche) : Les maisons «vulnérables» au bord de la lagune, des habitants du village de Ngu My Thanh. (© vov.vn)

Photo 94 (à droite) : Les artisans du métier traditionnel «le tissage du fil de pêche». (© vtc.news)

Photo 95 (à gauche) : Une des activités touristiques sur bateau au village de Ngu My Thanh. (© vov.vn)

Photo 96 (à droite) : Les habitants au travail de «la chasse des moules». (© zing.vn)

Ayant pour objectif la valorisation de l'environnement de la lagune, du métier traditionnel et de la création d'emplois plus stables pour des indigènes, le Service du Tourisme ainsi que des agences de voyage se sont mis d'accord pour mettre en œuvre le tourisme communautaire dans ce village.

«Le tourisme n'est pas très différent des autres secteurs de production, mais en ce qui concerne sa contribution à la croissance en faveur des pauvres, il présente quatre avantages potentiels :

- ✓ *Il offre davantage que d'autres secteurs des possibilités de liaison avec d'autres entreprises locales parce que ses clients se rendent eux-mêmes vers leur destination,*
- ✓ *Il emploie une main-d'œuvre relativement importante, dont une proportion élevée de femmes,*
- ✓ *Il peut représenter une activité très importante dans les pays pauvres et les régions où il n'existe pas d'autres exportations concurrentielles,*
- ✓ *Les produits du tourisme sont souvent basés sur le patrimoine naturel et culturel, un actif dont les propriétaires sont souvent pauvres*[352]*»*.

Dans le village de Ngu My Thanh, les activités touristiques sont menées par les autochtones (le pilote des bateaux, le guide local en vietnamien…). En outre, le service de logement (le gîte ou *home stay*) est développé dans ce village. Le touriste peut choisir soit de dormir dans des « bacs », soit dans la maison des habitants. De plus, l'activité de découverte du métier artisanal contribue à valoriser cette culture et à apporter un petit revenu aux habitants. «*Un grand nombre d'inconvénients du tourisme, par exemple les déperditions et la volatilité des recettes, sont communs à d'autres secteurs économiques. Mais le tourisme permet une plus grande interaction avec les modes de subsistance locaux, du fait d'une concurrence plus vive pour l'exploitation du patrimoine naturel*[353]».

Pendant les saisons de pluie et les périodes d'inondations, les autochtones ont peu de travail. Ils se rassemblent alors pour tisser des fils de pêche. C'est pourquoi, durant les périodes de saison touristique (du mois de mars au mois de septembre), le tourisme leur apporte un travail par l'intermédiaire de l'accueil des touristes, de faire la visite du village et l'expérience de la pêche sur les bateaux. L'environnement

352 COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.
353 COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.

naturel et culturel attire le touriste et cela contribue donc à procurer des modes de subsistance aux indigènes.

III.5.2 Le développement du tourisme culturel dans les cinq villages de métiers artisanaux

«Comme le tourisme, la culture a été soulignée à plusieurs reprises comme un contributeur-clé au développement durable. La diversité culturelle est devenue un catalyseur majeur pour le tourisme, car les voyageurs recherchent de plus en plus de nouvelles expériences culturelles. La culture et le patrimoine permettent au secteur du tourisme de créer des destinations distinctives et de renforcer l'expérience des visiteurs»[354]. En effet, dans le cas du développement du tourisme dans les cinq villages de métiers artisanaux, *«le tourisme culturel tient une place privilégiée»*. La culture vient de l'histoire de la région ainsi que des traditions, du savoir-faire, des coutumes, des autochtones.

Parmi les cinq métiers artisanaux, dans le cadre de l'étude de cas, les trois métiers (la confection des bâtons d'encens, la peinture sur le papier de coquille et la confection des fleurs en papier) sont issus des croyances populaires des habitants locaux depuis l'époque féodale (sous la dynastie Nguyen). Cette culture représente les mœurs et coutumes hérités, de génération en génération, par les textes écrits, par bouche-à-oreille ou par «les instructions préconisées par les devanciers/les ancêtres» («xua bày nay làm», en vietnamien). Tout ceci est dû à l'idéologie sociale, à l'éducation familiale et à la tradition historique de la «grande famille». Concrètement, le bâton d'encens représente la reconnaissance et la foi auprès du Ciel, de la Terre, des ancêtres et du Bouddha. Le dessin de «homme remplaçant» implique la superstition et la foi grâce auxquelles l'homme remplaçant emporte le malheur et la malchance au Ciel en brûlant ce dessin. Les fleurs en papier sont considérées comme une offrande dédiée aux génies de la cuisine dans chaque maison.

---

354 L'idée est traduite (par Hoa NGUYEN) de la phrase anglaise : «Like tourism, culture has been repeatedly highlighted as a key contributor to sustainable development. Cultural diversity has become a major catalyst for tourism, as travellers increasingly seek out new cultural experiences. Culture and heritage allow the tourism sector to create distinctive destinations and strengthen visitor experiences» (COLLECTIF, *Tourism for development. Volume I : Key areas for action*, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2018).

En outre, les deux métiers (la vannerie et la poterie) proviennent des besoins en matériel indispensables dans la vie quotidienne. Comme abordé dans le chapitre 2, la naissance de ces deux métiers artisanaux est liée à l'installation de la nouvelle cour des rois sous la dynastie Nguyen vers ce territoire qu'est aujourd'hui la province de TTH. Les artisans les suivaient pour fabriquer des objets et des matériels dédiés à la famille royale dans la cité impériale. Les objets artisanaux impliquent également une certaine histoire de l'art et de la civilisation du peuple, de la période féodale à l'époque contemporaine. À travers ces produits artisanaux, la génération future (englobant les Vietnamiens et les touristes) peut appréhender le processus d'évaluation de l'histoire, des cultures, de l'art et des traditions d'un territoire et d'un peuple. Les villages de métiers artisanaux manifestent cet esprit fermé inhérent au territoire agricole : ceci en reflète donc les caractéristiques autarciques. Néanmoins, les produits artisanaux démontrent le sens de création, d'art et de flexibilité des autochtones dans la vie quotidienne, en fonction de leurs us et coutumes.

Ainsi, *«le tourisme culturel est un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre, découvrir et consommer les attractions et les produits culturels tangibles et immatériels dans une destination touristique*[355]*»*. Hormis les valeurs culturelles matérielles et immatérielles cachées dans les monuments historiques (la cité impériale, les tombeaux royaux, les temples, les pagodes…), les savoir-faire à travers les métiers artisanaux deviennent des atouts touristiques à exploiter, en les pérennisant et en les valorisant davantage. C'est aussi un patrimoine intangible qui différencie un territoire d'un autre en se basant sur les motifs, les modèles et le processus d'évolution des produits. La rencontre des autochtones et l'échange des cultures par l'intermédiaire du tourisme contribuent à faire revivre ces valeurs, à renforcer la fierté des habitants locaux et à enrichir les connaissances des touristes. Assurer le futur du tourisme, c'est avoir envie qu'habitants et voyageurs puissent encore profiter de la richesse culturelle et naturelle locale pour les nombreuses années à venir[356].

---

355 COLLECTIF, *Tourism for development. Volume I: Key areas for action*, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2018.

356 THIELIN, Florie, *Tourisme durable : quels bénéfices pour les professionnels du secteur ?10 ans de tourisme durable*, Paris, Editions Voyageons-autrement.com, 2018.

Fiche d'identité des cinq villages de métiers traditionnels

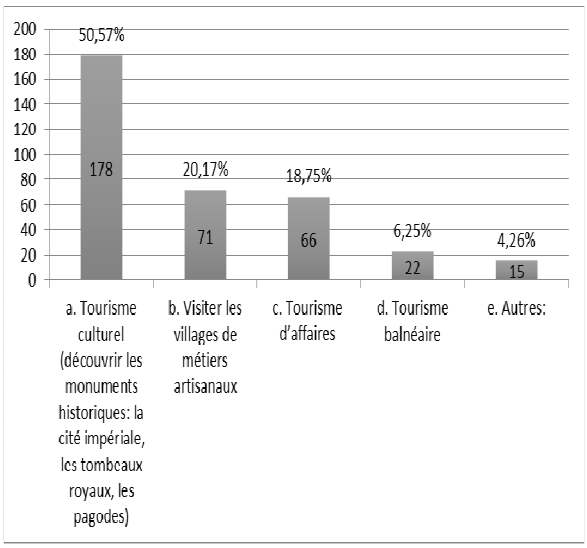
Caractéristiques	**Village de Thuy Xuan** (la fabrication des bâtons d'encens)	**Village de Thanh Tien** (la fabrication des fleurs en papier)	**Village de Phuoc Tich** (la poterie)	**Village de Sinh** (la peinture sur le papier de coquille)	**Village de Bao La** (la vannerie)
Localisation	Ville de Hué, à 7 km du centre, dans la rue Huyen Tran Cong Chua.	10 km de Hué, commune de Phu Hau, district Phu Vang.	45 km de Hué, commune de Phong Hoa, district Phong Dien.	10 km de Hué, commune Phu Mau, district Phu Vang.	15 km de Hué, commune de Quang Phu, district Quang Dien.
Artisans	50 foyers (employés féminins en majorité)	Artisan connu M. Van Huy THAN	15 artisans	Artisan connu M. Huu Phuoc KY	114 artisans (employés féminins en majorité)
Revenu[357]	74€ - 120€	74€ - 185€	74€ - 148€	74€ - 148€	74€ - 185€
Activités	Vente des bâtons d'encens, des chapeaux coniques et des souvenirs de Hué. Visite du tombeau royal de Tu Duc et de la colline de Vong Canh.	Faire les fleurs en papier.	Visiter l'atelier de poterie. *Home stay*. Apprendre à faire la cuisine locale. Visiter les rizières, le marché aux puces.	Faire la peinture grâce aux moules. Visiter les autres ateliers de fabrication des objets en papier.	Visiter l'atelier de vannerie. Apprendre à faire des petits objets en bambou.

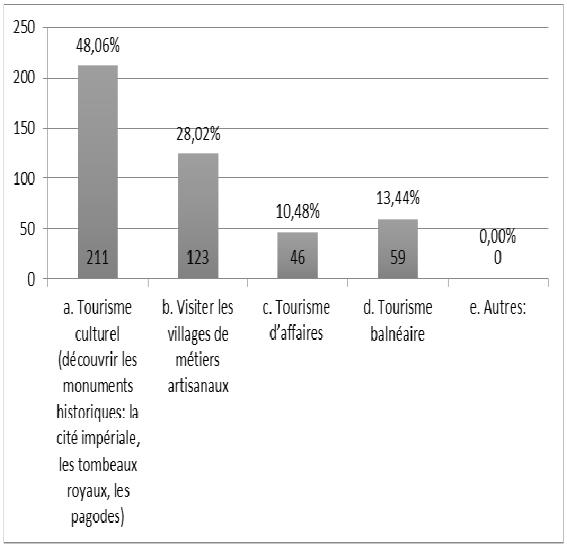
357 Revenu par personne et par mois : Il est important de clarifier que ce revenu moyen est estimé et dénoncé par les artisans qualifiés interviewés lors de notre travail d'étude de terrain (ils travaillent dans le métier artisanal et dans d'autres secteurs en fonction de chaque village et des saisons : tourisme, agriculture, élevage, bricolage…).

III.5.2.1 Le choix de destinations des touristes

a. Motivations:

Observons d'abord les motivations des touristes domestiques et internationaux qui ont choisi la province de TTH en tant que destination touristique.





Question «Les motivations du choix de séjour dans la province de TTH».

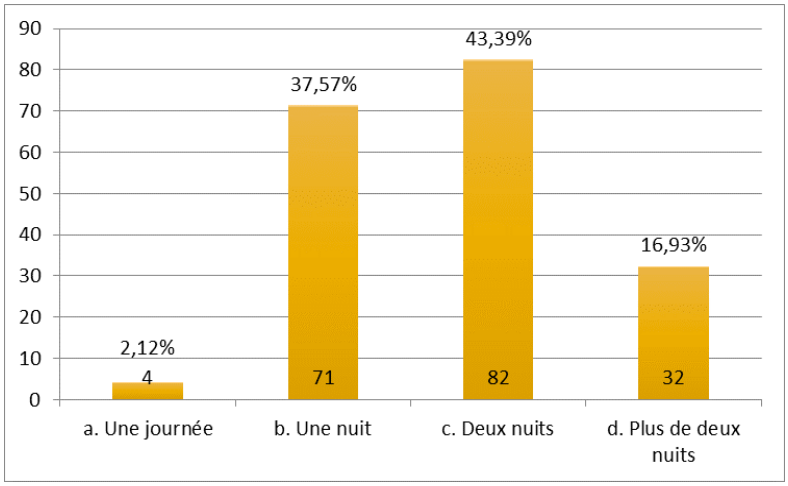
Graphique 17 (à gauche) : 189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.

Graphique 18 (à droite) : 218 touristes internationaux enquêtés au centre-villede Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En observant les deux graphiques 17 et 18, nous relevons une différence au niveau du choix du tourisme balnéaire (6.26 % des Vietnamiens à opposer aux 13.44 % des étrangers). La province de TTH est connue pour ses belles et longues plages qui se trouvent à proximité de certains villages de métiers artisanaux où se développe le tourisme communautaire comme présenté dans la partie précédente. Nous notons qu'un des avantages en faveur des touristes montre que la plupart des plages naturelles de la province de TTH sont destinées au public tandis que celles de notre voisin (la ville de Da Nang) sont des plages privées appartenant à des *resorts* et des grands hôtels, accessibles uniquement aux clients de ces domaines et évidemment interdites au public. C'est pourquoi les touristes étrangers profitent plutôt de la mer et des activités aux alentours.

Néanmoins, en ce qui concerne les touristes vietnamiens, ces derniers ne privilégient pas le tourisme balnéaire à TTH car leur nombre de nuitées n'est pas très élevé. La majorité des enquêtés y passent une ou deux nuits seulement (43.39 % et 37.57 %). Ils envisagent donc plutôt la visite des monuments connus de Hué.



Graphique 19 : Les nuitées de séjour dans la province de Thua Thien Hué.

189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

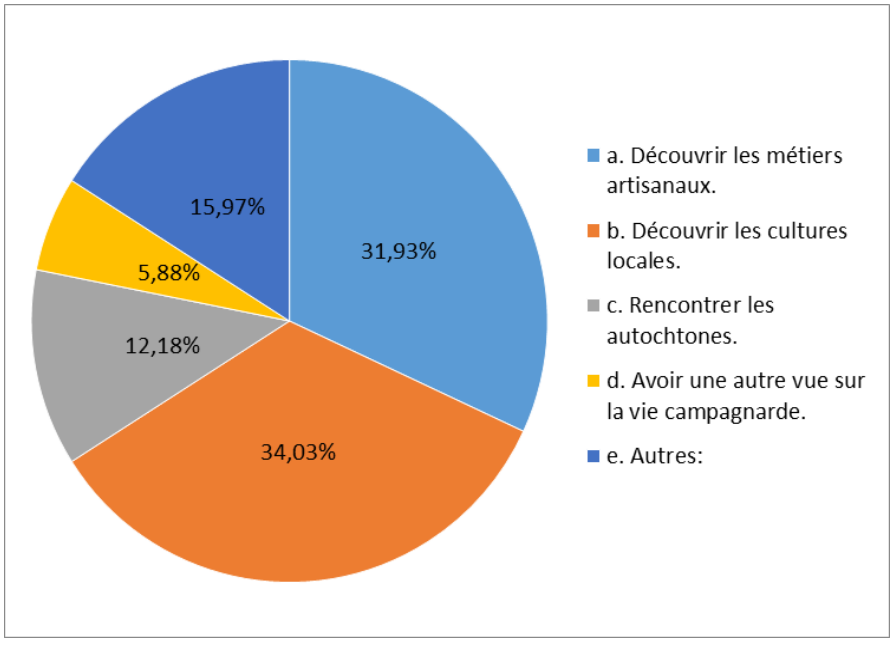
Retournons aux motivations les plus importantes. Tous les enquêtés sont intéressés par les cultures de Hué. La découverte des monuments historiques prend la tête (50.57 % chez les Vietnamiens et 48.06 % chez les étrangers) et celle des métiers artisanaux occupe le deuxième rang (20.17 % chez les Vietnamiens et 28.02 % chez les étrangers). Tout ceci explique que les atouts primordiaux du tourisme de TTH viennent de la culture. Les visiteurs peuvent au travers de la culture glaner des informations, des connaissances sur l'histoire, les traditions du peuple et son territoire.

Comme nous l'avons abordé auparavant, l'image touristique clichée concernant la culture de Hué se base sur les patrimoines matériels marqués par les époques féodales. Cette matière est énormément exploitée dans le tourisme. Cela explique pourquoi les administrateurs et les professionnels de la province de TTH cherchent à valoriser d'autres composantes culturelles telles que les métiers artisanaux et les traditions des habitants locaux. Ils favorisent la découverte au prisme d'une autre vision des cultures de la province et font immerger les touristes

dans le tourisme général par l'intermédiaire du tourisme communautaire et du tourisme de découverte des cultures.

En ce qui concerne les enquêtés rencontrés au village de Phuoc Tich, les motivations sont plus précises et s'étendent à toutes les activités de découverte culturelle (34.03 % : découverte des cultures locales ; 31.93 % : découverte des métiers artisanaux ; 12.18 % : rencontre des autochtones). Un petit pourcentage de touristes (5.88 %) souhaiterait découvrir la vie rurale car il semble que les activités dans les champs ne sont que peu exploitées dans le cadre du tourisme communautaire.

Une remarque sur ce village : 15.97 % des enquêtés ont choisi ce village comme un lieu d'étude de terrain pour faire des recherches. Le village de Phuoc Tich est en effet un des deux plus anciens villages du Vietnam, datant de plusieurs siècles. Sa longue histoire et l'architecture typique des maisons–jardins traditionnelles en bois évoquent des sujets de recherche, de la matière en termes d'inspirations chez un grand nombre de chercheurs, de journalistes, d'artistes, d'étudiants... venant des régions du Vietnam et de l'étranger.

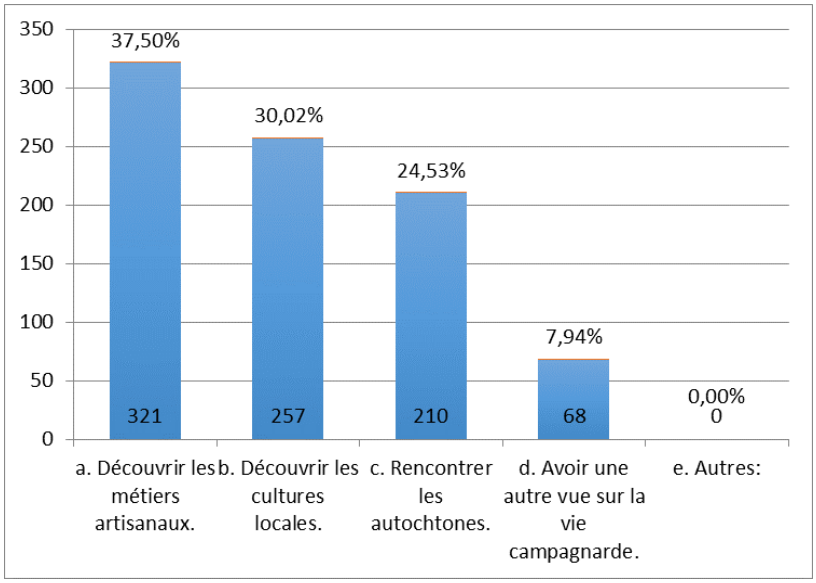


Graphique 20 : Les motivations concernant la visite des villages de métiers artisanaux.

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Pour la même question, auprès de 336 enquêtés dans les quatre villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan), nous avons collecté des résultats presque similaires.



Graphique 21 : Les motivations concernant la visite des villages de métiers artisanaux.

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

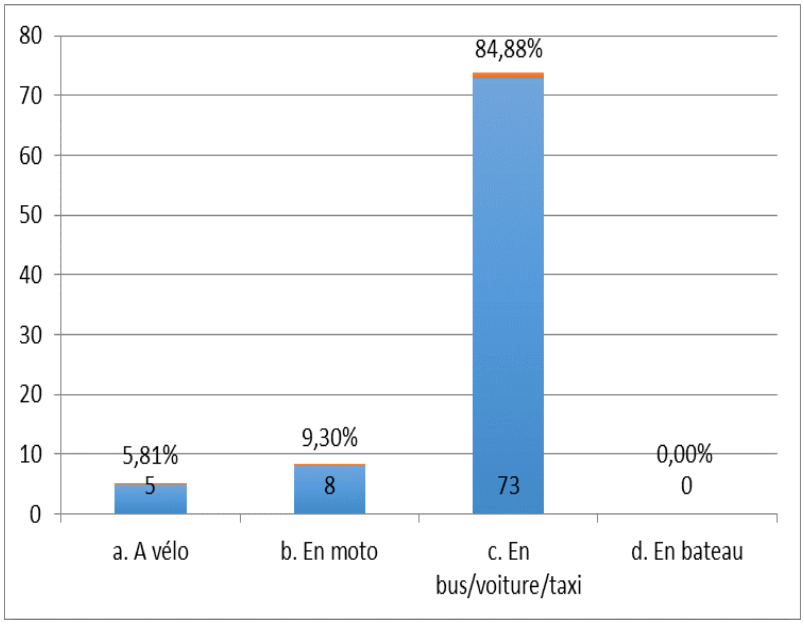
Parmi eux, 37.50 % souhaitent précisément découvrir les métiers artisanaux, tandis que 30.02 % aiment découvrir les cultures locales. La différence est donc visible en matière de motivations par rapport au village de Phuoc Tich. Pas un seul des touristes enquêtés visitent ces villages pour une raison de recherches scientifiques. Ils s'y sont simplement rendus en tant que visiteurs, en tant qu'excursionnistes. La demande touristique est de plus en plus orientée vers une demande de produits nouveaux, notamment dans les domaines de la culture et de l'environnement[358]. Cette orientation peut favoriser le développement touristique dans les régions possédant un important patrimoine culturel et historique.

Le tourisme culturel insiste également sur la rencontre, c'est-à-dire l'interaction qui s'établit entre le touriste et l'habitant. Le touriste vient avec sa

358 VELLAS, François et BARIOULET, Hervé, «Les défis du tourisme durable dans les PED», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

propre culture, ses habitudes et ses réflexes, sa capacité financière mais aussi sa curiosité et son envie d'échanges[359]. D'ailleurs, «*tourisme et culture sont capables de dépasser leurs différences (…). Le tourisme culturel ouvre de nouvelles perspectives qui l'ont avantage de préserver et de promouvoir le patrimoine culturel des destinations concernées*[360]».

b. Moyens de déplacement:



Graphique 22: Les moyens de déplacement. 86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Commençons par l'étude de terrain au village de Phuoc Tich, le résultat est sans surprise car ce village est le plus loin du centre-ville de Hué (45 km) par rapport aux autres villages. Une grande majorité de visiteurs s'y est donc rendue en voiture/bus (84.88 %), tandis que très peu d'enquêtés ont pris la moto (9.30 %) et le vélo (5.81 %). Personne n'a été transporté par bateau même si la rivière d'O Lau serpente autour de ce village : en effet, le temps pour y arriver est long mais surtout,

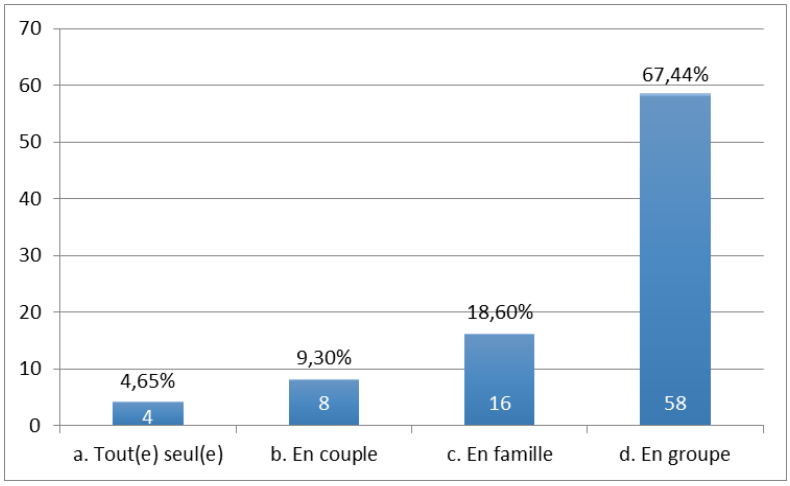
359 VELLAS, François et BARIOULET, Hervé, «Les défis du tourisme durable dans les PED», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

360 «Tourisme culturel : une approche créative du tourisme et de la culture».

URL : https://www.culture.gouv.fr/Actualites/Tourisme-culturel-une-approche-creative-du-tourisme-et-de-la-culture (consulté le 22 février 2019).

ce service n'est pas encore mis correctement en œuvre de façon régulière. Il faut préciser que les routes menant au village ne sont pas mauvaises mais sont néanmoins difficiles à emprunter en moto ou à vélo car le trafic sillonnant les districts est dense, et il n'y a aucune piste cyclable. Les panneaux indiquant le village ne sont pas bien installés. Pour les touristes étrangers, il n'est donc pas évident de se référencer aux panneaux rédigés en vietnamien.

Le transport en voiture/bus reste idéal pour les touristes car un grand nombre de visiteurs vient en groupe (67.44 %) et en famille (18.60 %). Ils se sentent ainsi moins fatigués à cause de la longue route, moins stressés à cause de la circulation et sont donc plus agréables[361]. Le regroupement des visiteurs restreint les frais de transport. Très peu d'enquêtés y sont arrivés seuls (4.65 %). Ces cas concernent les visiteurs voulant faire des découvertes pour des raisons de recherches ou des raisons professionnelles.



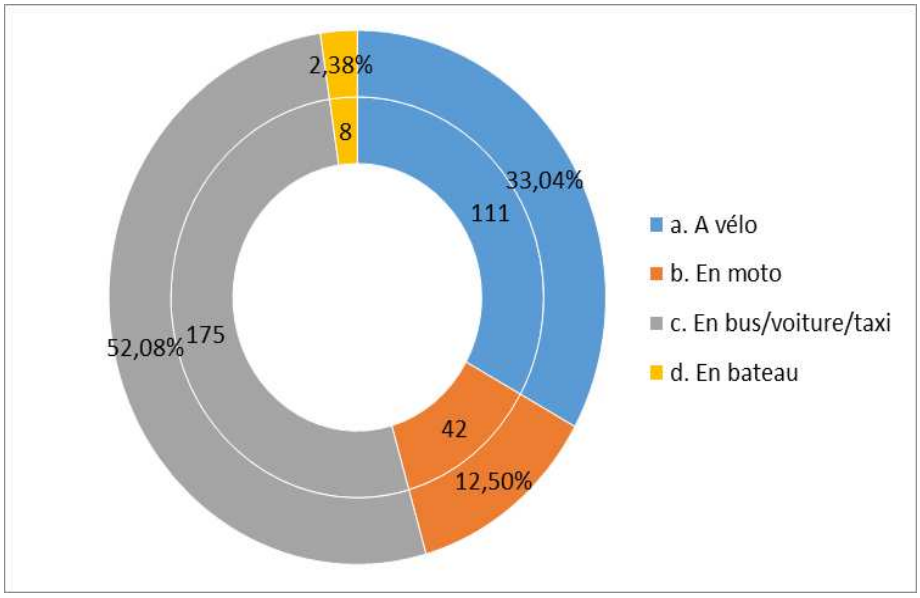
Graphique 23 : Question «Avec combien de personnes visitez-vous ce village ?».

86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

[361] La température de la province de TTH est toujours élevée lors de la saison sèche (la température varie de 30° et 40°). Il pleut sans discontinuer pendant la saison des pluies (du mois de novembre au mois de janvier). Le taux d'hygrométrie moyen est de 86 %.

La première observation montre que la majorité des visiteurs ont choisi le bus pour se rendre dans ces quatre villages (52.08 %), comme le résultat concernant le village de Phuoc Tich. Cependant, ceux qui ont pris le vélo pour y aller ont un pourcentage élevé (33.04 %), tandis que 12.50 % d'entre eux préfèrent la moto. Ces deux types de transports sont des solutions adaptées pour visiter ces villages. En effet, la distance entre ces villages et le centre-ville de Hué n'est pas très grande, comme celle entre les quatre villages. Il faut préciser que la distance entre le village de Bao La et le centre-ville est un peu élevé (15 km) mais que celle des trois autres villages est de moins de 10 km. En outre, les routes sont bonnes et amènent les touristes aux petits hameaux sillonnés par les rizières et la nature. Cela les motive également à découvrir d'autres coins de la ville et d'autres villages aux alentours.



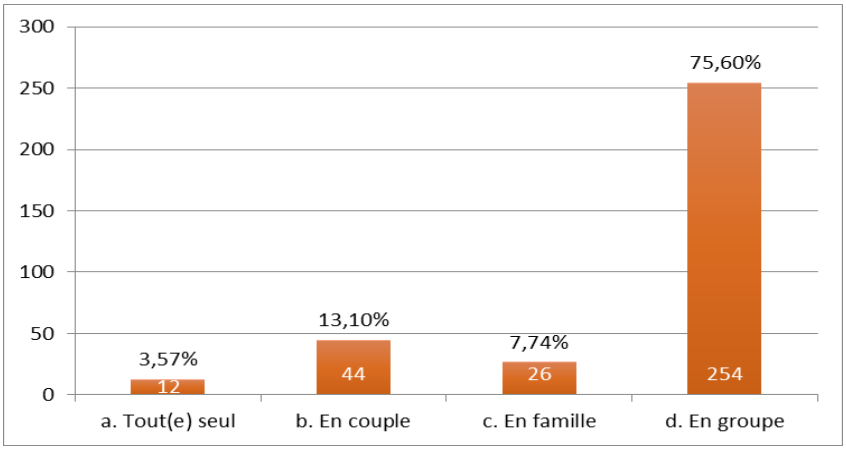
Graphique 24 : Question «Les moyens de déplacements».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Même si les visiteurs voyagent en majorité en groupe, les petits groupes (moins de 10 personnes) s'y rendent à vélo, en moto; tandis que les groupes de plus de 10 personnes sont regroupés en bus[362].

[362] Entretien avec M. Thanh PHAN, employé de l'agence de voyage de Vidotour (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).



Graphique 25 : Question «Avec combien de personnes visitez-vous ce village ?».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

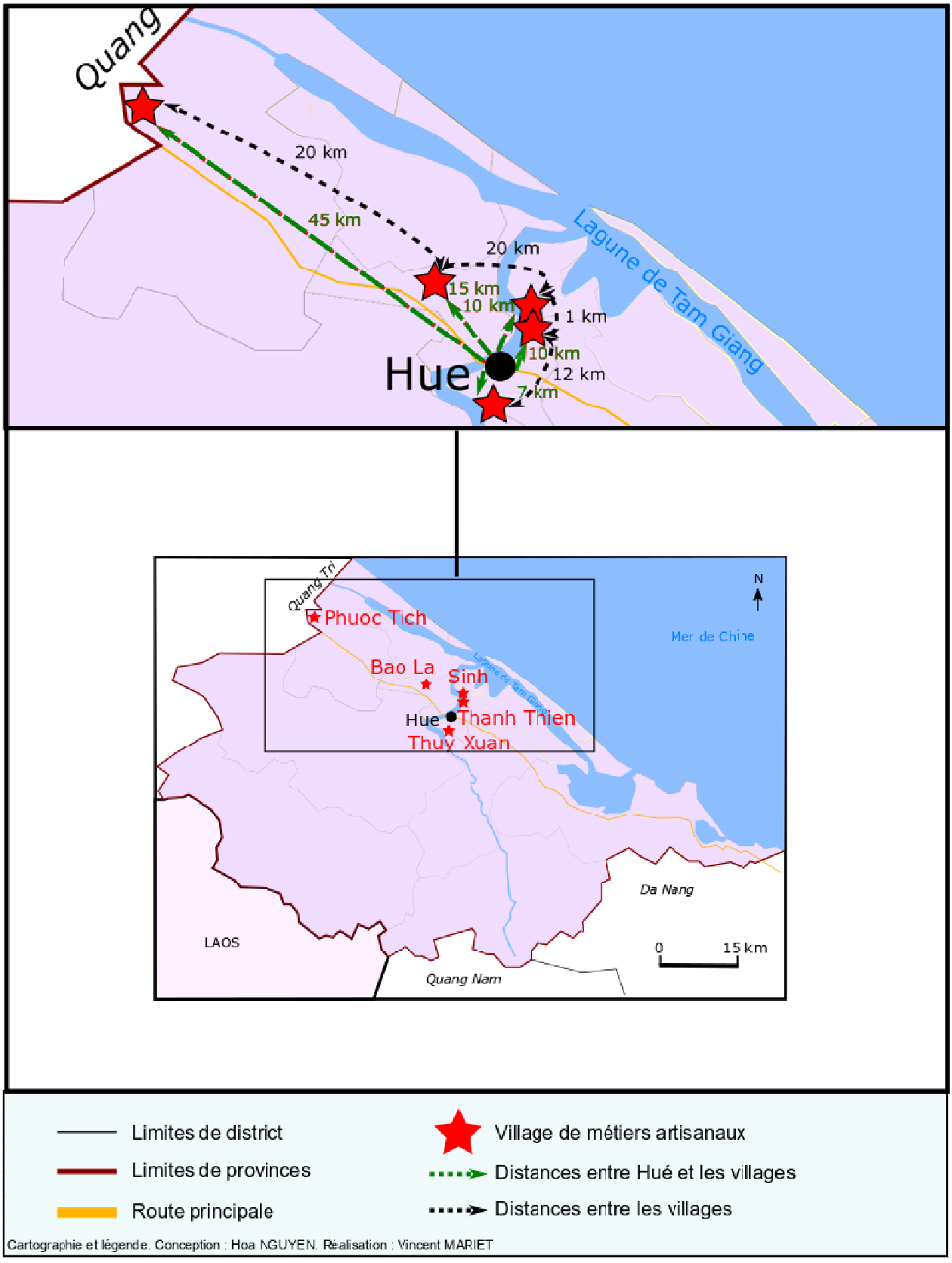
Plus de 75.6 % des enquêtés visitent les villages en groupe. Pour détailler : les touristes visitent en groupe les tombeaux royaux (Tu Duc, Khai Dinh…) et en profitent pour visiter le village de Thuy Xuan. Ils font l'expérience de la confection des bâtons d'encens et achètent des souvenirs dans les ateliers se trouvant près de ces monuments[363]. Le village de Bao La est considéré comme un lieu de visite intéressant pour les touristes qui passent leur séjour dans les villages de la lagune de Tam Giang. Ils peuvent ajouter à leurs activités touristiques la découverte de la vannerie et acheter de beaux produits en souvenir[364]. La plupart des visites de groupe effectuées dans les deux villages de Thuy Tien et de Sinh sont demandées par plus de touristes étrangers que de touristes domestiques[365]. Les premiers s'intéressent en effet à la découverte d'autres traits culturels issus d'une destination qui n'est pas familière à la

[363] Entretien avec Mme. Ngoc Huyen NGUYEN, employée de l'agence de voyage Huonggiangtourist (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

[364] Entretien avec Mme. Mai Lan TRAN, employée de l'agence de voyage Hueecologe (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

[365] Entretien avec des artisans des villages de Thuy Tien et de Sinh (Hué, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

leur. Au travers de la confection des objets artisanaux, ils peuvent glaner des informations sur les croyances populaires des autochtones, liées à l'évolution de l'histoire du territoire et aux mœurs des indigènes. En ce qui concerne les visiteurs qui voyagent seuls ou en couple, la raison de leur motivation est issue notamment soit de leur curiosité, soit du plaisir de faire un passage dans ces villages, soit de leur volonté de prendre davantage contact avec les autochtones et ainsi mieux comprendre leur métier.



Carte 12 : La distance entre les villages de métiers artisanaux par rapport au centre-ville de Hué.

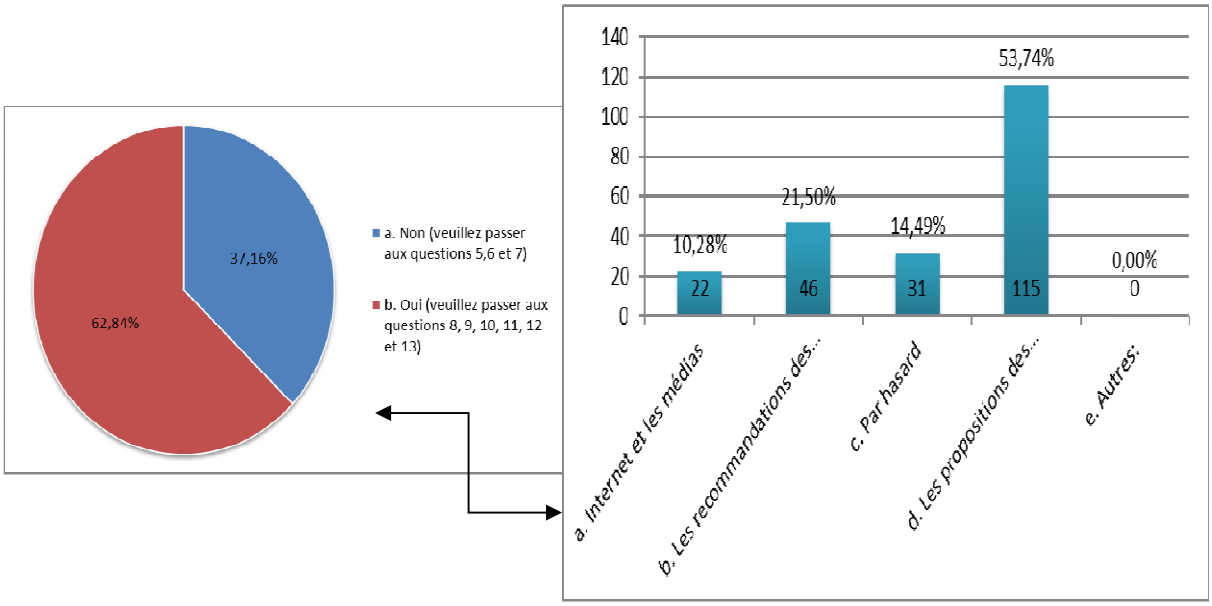
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Carte 13 : Les transports pour arriver aux villages de métiers artisanaux ciblés.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

c. Les canaux de promotion de ces villages:

En ce qui concerne les touristes internationaux :



Graphique 26 (à gauche) : Question «Avez-vous visité des villages de métiers artisanaux ?».

62.84 % (soit 137/ 218 touristes internationaux enquêtés au centre-ville de Hué) ont choisi «OUI».

Graphique 27 (à droite) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?»

137 touristes internationaux ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

En nous basant sur ces résultats (voir les graphiques 24 et 25), nous prenons en compte le fait que les touristes internationaux s'intéressent plus aux visites des villages des métiers artisanaux que les touristes domestiques. La majorité des enquêtés étrangers (62.84 %) les ont visités grâce aux propositions des agences de voyage (cette solution a été choisie par 53.74 % des visiteurs). Suit après la recommandation venant des amis/proches (21.50 %). Mais le fait surprenant est que 14.49 % d'entre eux ont connu ces villages par hasard et que la promotion de ces villages par internet en occupe seulement 10.28 %. Les agents de voyage interviewés déclarent que les excursions de découverte des villages de métiers artisanaux ont été proposées par eux en ayant le souhait de varier les circuits touristiques culturels ou en les combinant avec les circuits du tourisme communautaire.

Pour répondre au sujet de la promotion en faveur des villages de métiers artisanaux sur Internet, nous avons essayé de chercher les circuits de ces villages sur des sites d'agences de voyages connus au Vietnam[366] par les clients. Les cinq villages de métiers artisanaux dans cette étude de terrain sont bien présentés sur les sites et sont mentionnés selon le thème : « métiers artisanaux ». Il est pourtant difficile de fouiller dans les trésors d'un village pour en trouver un particulier pourrait le plus « taper dans l'œil » des touristes. Autrement dit, la promotion n'est pas encore efficace et ne facilite pas le fait de donner envie aux clients-internautes pour qu'ils y aillent.

Selon les professionnels, la plupart des clients demandent par e-mail des circuits sur mesure avec un thème particulier. Le client peut par exemple exiger un séjour de découverte de la vie locale (contact avec des autochtones, participation à leurs activités quotidiennes, découverte d'un métier artisanal, découverte de la nature, plage/montagne/campagne…). En fonction des demandes, les agents de voyage proposent des activités appropriées (sur la durée du séjour, le nombre de personnes, le budget, la période de saison convenable, etc.). Suite aux propositions et aux présentations des circuits *via* des agents de voyage, les clients commencent à chercher les images et l'histoire de ces villages sur Internet. Ils font donc finalement confiance aux professionnels et suivent leurs propositions[367].

Avant d'arriver à leur nouvelle destination où les cultures sont notamment différentes de leurs propres cultures, les touristes étrangers demandent donc en priorité des conseils auprès des agences de voyages et ensuite auprès de leurs amis. En ce qui concerne les monuments historiques ayant une bonne réputation, les touristes étrangers peuvent se débrouiller en faisant des recherches sur Internet (comme par exemple sur la cité impériale, les tombeaux royaux, etc.). Dans le cas où les touristes souhaitent connaître de nouvelles expériences en s'immergeant dans la vie locale, ils demandent à avoir des propositions de la parte des professionnels locaux. Pour ceux « par hasard », grâce aux balades à vélo en ville par exemple, les

366 Voir les «sites focalisés sur les visites de la province de Thua Thien Hué» dans la bibliographie.

367 Entretien avec M. Manh Phu HOANG, employé de l'agence de voyage Mienadong (Hué, mars 2018).

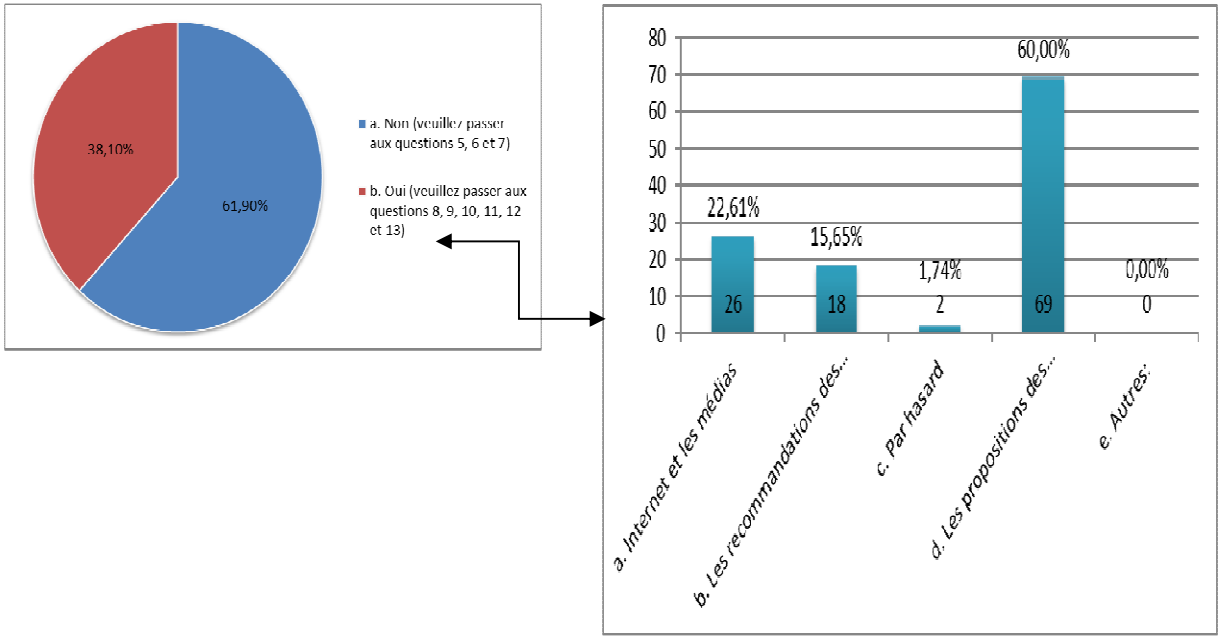
touristes découvrent donc des villages de métiers artisanaux le long de la rivière des Parfums mais aussi aux alentours des monuments historiques. *«Nous suggérons aux touristes quelques villages de métiers artisanaux à proximité de la ville. Ils s'approchent et contactent directement les jeunes de ces villages ou ils observent simplement la vie quotidienne des autochtones*[368]*»*.

En ce qui concerne les touristes domestiques :

En ce qui concerne les touristes vietnamiens, 38.10 % des enquêtés ont visité des villages de métiers artisanaux. Les motivations touristiques des Vietnamiens penchent plutôt pour les monuments historiques connus de Hué. *«Les touristes domestiques ne s'intéressent pas beaucoup à la découverte des métiers artisanaux comme la peinture sur coquille, les bâtons d'encens, la poterie. Ils préfèrent pourtant plus ce qui a trait à la confection des fleurs en papier notamment les lotus en papier ; et à la vannerie, car ils peuvent trouver de beaux objets en bambou (souvenirs ou accessoires de mode en bambou)*[369]*»*.

[368] Entretien avec Mme. Hue NGUYEN, employée de l'agence de voyage HGH travel (travail de terrain de 2016 à 2018).

[369] Entretien avec Mme. Huyen VAN, employée de l'agence de voyage Hueecologe (travail de terrain de 2016 à 2018).



Graphique 28 (à gauche) : Question «Avez-vous visité des villages de métiers artisanaux ?».

38.10 % (soit 72/ 189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué) ont choisi «OUI».

Graphique 29 (à droite) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

72 touristes domestiques ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Ainsi, la culture n'est pas privilégié chez les visiteurs vietnamiens parce-que *«les touristes domestiques peuvent découvrir des villages similaires partout au Vietnam et donc quand ils visitent la province de TTH, ils envisagent tout d'abord d'aller visiter l'image clichée de Hué*[370]*»*. Il s'agit d'une différence fondamentale en matière de promotion des villages. En ce qui concerne les Vietnamiens, la plupart d'entre eux ont choisi ces excursions grâce aux agences de voyage (60 %). Occupant le deuxième rang, Internet et les réseaux sociaux sont des outils de recherche efficaces afin de glaner les premières informations sur ces destinations. C'est grâce ensuite aux recommandations des amis et des proches que les visiteurs s'y rendent afin de rendre leurs imaginaires, réalité.

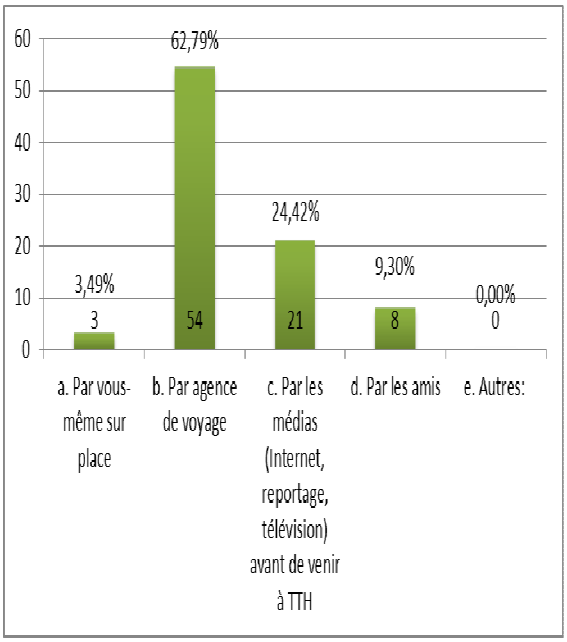
[370] Entretien avec M. Cong NGUYEN, employé de l'agence de voyage Vespaadventure (Hué, février et mars 2018).

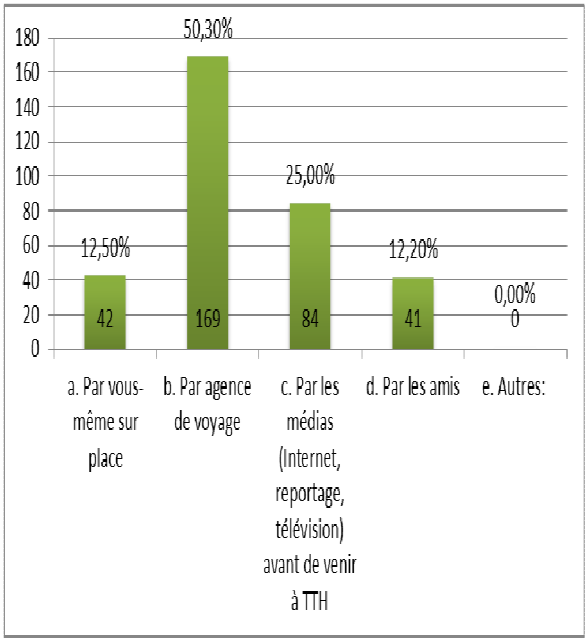
Selon les artisans, les visiteurs vietnamiens achètent beaucoup plus de fleurs de lotus en papier et d'objets en bambou (villages de Thanh Tien et de Bao La) que les étrangers. Les entretiens auprès des agents de voyage montrent que les touristes domestiques s'intéressent moins à la peinture sur papier de coquille (village de Sinh). Si les Vietnamiens visitent le village de Sinh, c'est parce-que cette activité est comprise dans le circuit de visite du village de Thanh Tien (qui se trouve à environ 1 km du village de Sinh). Les jeunes visiteurs vietnamiens ont tendance à expérimenter «le tourisme spontané» en moto («du lich phượt», en vietnamien)[371]. Ce type de voyage les emmène «par hasard» au sein des villages, dans le but de découvrir la vie et la culture locales. Ils contactent directement les autochtones et dorment sur place ou en camping autour des maisons locales.

Ce type de voyage en moto se développe de plus en plus au Vietnam. Le planning est organisé et les touristes sont accompagnés par un guide. Le but est toujours le même : découvrir de manière plus profonde les cultures indigènes et s'immerger dans la vie quotidienne des habitants locaux. Cependant, le planning n'est pas toujours fixé et stable. La durée du séjour peut être prolongée si ces destinations plaisent, ou peut être changé à la dernière minute en fonction des destinations. En ce qui concerne donc le créneau de la clientèle vietnamienne, à part des propositions issues des agences de voyage, la promotion venant d'Internet et du bouche-à-oreille (recommandations) est la plus importante.

[371] C'est un type de voyage spontané, peu organisé, par un groupe de visiteurs ou d'individus qui souhaitent traverser des régions en moto ou à vélo afin de les découvrir d'une autre manière - Entretien avec des guides touristiques (travail de terrain de 2016 à 2018).

En ce qui concerne les visiteurs dans les quatre villages de métiers artisanaux (Phuoc Tich, Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan) :





Graphique 30 (à gauche) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.

Graphique 31 (à droite): Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En se basant sur les résultats acquis dans les quatre villages, la plupart des visiteurs choisissent ces circuits de découverte grâce aux propositions des agences de voyage. La différence ici par rapport aux touristes enquêtés dans la ville de Hué concerne le fait que les touristes rencontrés dans ces villages estiment que c'est l'efficacité d'Internet qui les ont menés à la découverte des cultures locales.

En outre, *«les Festivals de Hué contribuent à propager une image touristique de la province de TTH. Notamment le Festival des métiers traditionnels de Hué, ouvrant d'autres opportunités touristiques qui changent la vision des visiteurs à propos de cette ville. Les métiers artisanaux sont, en effet, mis en valeur sur Internet* via *le site officiel des Festivals de Hué. C'est une chaîne d'outils importante et nécessaire afin que les visiteurs domestiques et étrangers puissent amorcer leurs*

recherches sur ce patrimoine culturel[372]*»*. Les enquêtés du village de Phuoc Tich quant à eux, regroupent des touristes connaissant ce village par eux-mêmes (3.49 %), en raison de leurs recherches professionnelles. Ils y sont venus en ayant des objectifs précis. *«Nous recevons des étudiants, des chercheurs, des artistes qui font des recherches sur ce village et le métier de la poterie. En tant que touristes, chercheurs ou professionnels, ils visitent le village et participent aux activités quotidiennes des habitants locaux. Ils prennent également contact avec les responsables du village pour collecter les informations nécessaires*[373]*»*.

Contrairement aux touristes des autres villages, ces touristes-ci peuvent découvrir ces villages d'eux-mêmes, en se baladant dans les rues. *«Nos ateliers se trouvent à proximité des tombeaux royaux connus de la ville de Hué, donc nous accueillons beaucoup de touristes de passage. Après leur visite aux tombeaux royaux, ils souhaitent acheter des souvenirs dans nos boutiques. Certains sont curieux de savoir comment sont confectionnés les bâtons d'encens. Ils sont emballés après leurs essais*[374]*»*.

Ainsi, les touristes connaissent les villages de métiers artisanaux au travers de plusieurs canaux (agence de voyage, réseaux sociaux, Internet, recommandations par les amis/proches, par eux-mêmes…). Le plus important à retenir ici est que ce sont la qualité des activités proposées, l'organisation des circuits et l'accueil des habitants locaux qui créent la réputation d'une destination où les cultures sont des acteurs privilégiées, à exploiter et à conserver.

III.5.2.2 La confection des produits artisanaux

La confection des produits artisanaux est l'activité incontournable des circuits de visite des villages de métiers artisanaux. La durée des visites (explications et

372 Entretien avec M. Duc NGUYEN, responsable du Service de l'information et du tourisme de la province de Thua Thien Hué (Hué, juillet 2017 et mars 2018).

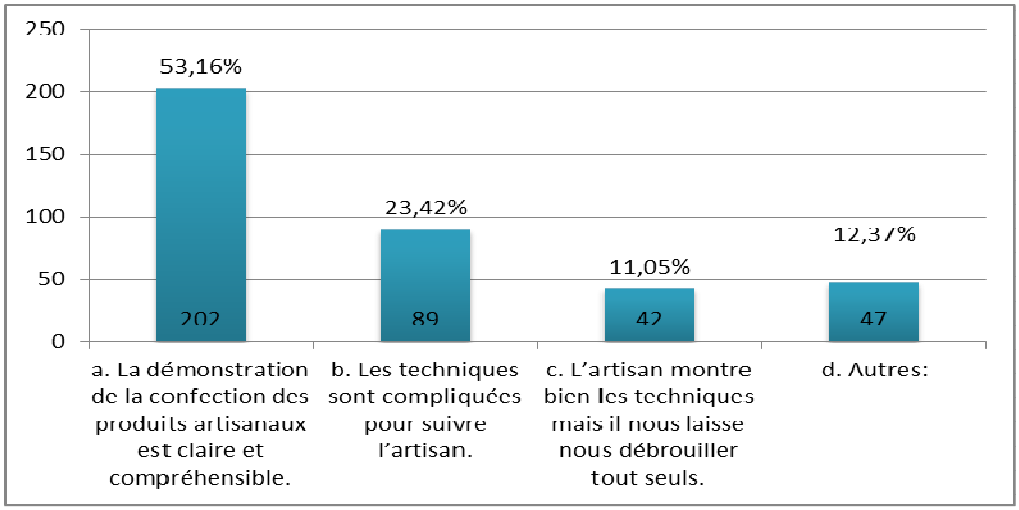
373 Entretien avec M. Te HO, habitant âgé de 72 ans du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

374 Entretien avec Mme. He DOAN, habitante du village de Thuy Xuan (travail de terrain, juin et juillet 2017).

confection des objets) dure environ deux heures. Les artisans montrent d'abord les outils, puis les étapes essentielles de la confection. Le guide touristique les traduit convenablement en langue étrangère. En montrant comment faire les objets, les artisans racontent l'histoire et l'évolution de ce métier qui implique les traditions, l'identité et l'art indigènes de la région. En exécutant les instructions, les touristes posent des questions à propos du métier, du village, des habitants. Il est en effet intéressant de découvrir une culture indigène par l'intermédiaire de la confection d'objets traditionnels et surtout d'échanger directement avec les artisans et les autochtones. *«Tout en préservant la technique traditionnelle, les artisans ne cessent de créer de nouveaux modèles en réponse à la demande du marché domestique et des touristes étrangers*[375]*»*. En effet, les artisans gardent, d'une part, leur méthode traditionnelle, et d'autre part ajoutent de nouvelles techniques pour que ces produits soient esthétiques dans le but de pouvoir les commercialiser sur les marchés locaux et étrangers.

D'après les résultats des enquêtes effectuées auprès de 336 touristes dans les quatre villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan), la grande majorité (53.16 %) évalue positivement le processus de confection des produits traditionnels. 23.42 % des enquêtés trouvent cependant que les techniques sont compliquées à suivre. Peu de touristes (11.05 %) se plaignent car ils doivent se débrouiller seuls. En effet, en haute période touristique ou lors des Festivals, ces villages accueillent un grand nombre de touristes ayant des motivations différentes (soit des groupes organisés, soit des passagers). Les groupes étant nombreux, les artisans ne peuvent par conséquent s'occuper sérieusement de leurs clients. 12.37 % des enquêtés déclarent que la confection est intéressante et que l'ambiance est très conviviale et sociable. Il y a plusieurs étapes à accomplir afin de terminer un produit. Les artisans préparent le matériel puis les touristes interviennent lors des dernières étapes les plus faciles.

375 VO SANG, Xuan Lang, «les villages de métier traditionnel Cham à Ninh Thuan : lutte contre la pauvreté et tourisme ?», dans BOUJROUF, Said et TEBAA, Ouidad (dirs.), *Tourisme et pauvreté*, Paris, Editions des archives contemporaines, 2011.



Graphique 32 : Question «Comment trouvez-vous la confection des produits artisanaux ?».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Au village de Thanh Tien, avant l'arrivée du tourisme, la confection des fleurs en papier était le principal métier du village. Les artisans préparaient les fleurs pendant trois mois (juillet-août-septembre, selon le calendrier lunaire) et les vendaient avant le nouvel an vietnamien. Les six mois restants, ils teignaient les papiers, préparaient les tiges en bambou et travaillaient parallèlement dans l'agriculture. Actuellement, la préparation des matières pour la confection se déroule durant toute l'année en fonction de la saison (le séchage de la peinture, le traitement des tiges en bambou, etc.…). Quand les touristes arrivent, les outils sont prêts. Ils s'attaquent aux dernières étapes de la confection des fleurs : plier les papiers grâce à un rouleau en bambou, faire les pétales de fleurs et les coller, mettre les fleurs sur une tige et enfin régler en fonction des dimensions désirées.

Au village de Sinh, le thème pictural est beaucoup plus varié et proche de la vie des habitants. La façon de fabriquer les feuilles à la main, en bois et en coquille, est très originale et est différente de ceux que l'on retrouve dans les autres villages de peinture traditionnelle du Vietnam (comme la peinture folklorique « Dong-Ho »). Les rites de cultes au Vietnam en général et à TTH en particulier sont considérés comme une immuable habitude des habitants. Dans la province de TTH, il est notamment fait beaucoup de cultes pour les morts : on souhaite que les proches décédés aient une vie heureuse dans l'au-delà. D'autres services se sont développés à partir de cela dans

ce village tels que ceux concernant l'argent, les vêtements, les maisons, les motos.... et sont également fabriqués en papier. Cela confirme le fait que les croyances populaires sont fortes et qu'elles deviennent donc un trait culturel spécifique de la province. L'artisan Huu Phuoc KY nous a dévoilé ainsi : *«Je ne cache pas le mystère du métier. Au contraire, je montre tout à mes élèves même qu'ils ne sont pas issus de ce village. Les connaissances sont mises en valeur si elles sont partagées. Les dessins même s'ils sont vendus ailleurs sont toujours appelés « dessins du village de Sinh » ; pour moi c'est la fierté de la réussite»*. Afin de faciliter la réalisation des dessins par les touristes, ils se servent des sceaux en bois en les apposant sur les papiers de coquillage. La plupart des touristes choisissent leur animal d'horoscope comme motif de leur dessin.

Au village de Thuy Xuan, les mœurs de culte de la province sont très connus. Les bâtons d'encens représentent un moyen de transmission des prières auprès du Ciel et des génies. On s'en servait seulement lors des cultes au foyer et aux pagodes. Les tiges des bâtons d'encens étaient teintes seulement en marron et rouge. À l'heure actuelle, en fonction du besoin des clients (les clients locaux et les touristes), les bâtons d'encens sont teints de plusieurs couleurs (pour différentes causes : les cultes, la décoration, le parfum, etc.). Ceci embellit le quartier, comme s'il était toujours décoré de bouquets de fleurs multicolores. Pour favoriser les activités touristiques, les artisans préparent les pâtes et les tiges en avance et aident les touristes à rouler une moitié de tige dans la pâte. Ils les reposent ensuite dans l'ordre pour les faire sécher.

Au village de Bao La, le commerce des produits en bambou est l'activité économique principale. En 2007, la naissance de la Coopérative de vannerie de Bao La motive alors beaucoup d'artisans du village à y participer. Le tourisme joue un rôle de promoteur dans la valorisation de ce métier traditionnel et dans l'accélération du commerce de ces produits. Afin de faciliter la confection des objets, les artisans préparent le matériel en bambou. Les touristes essaient de réaliser des petits articles simples et visitent également les ateliers de la Coopérative.

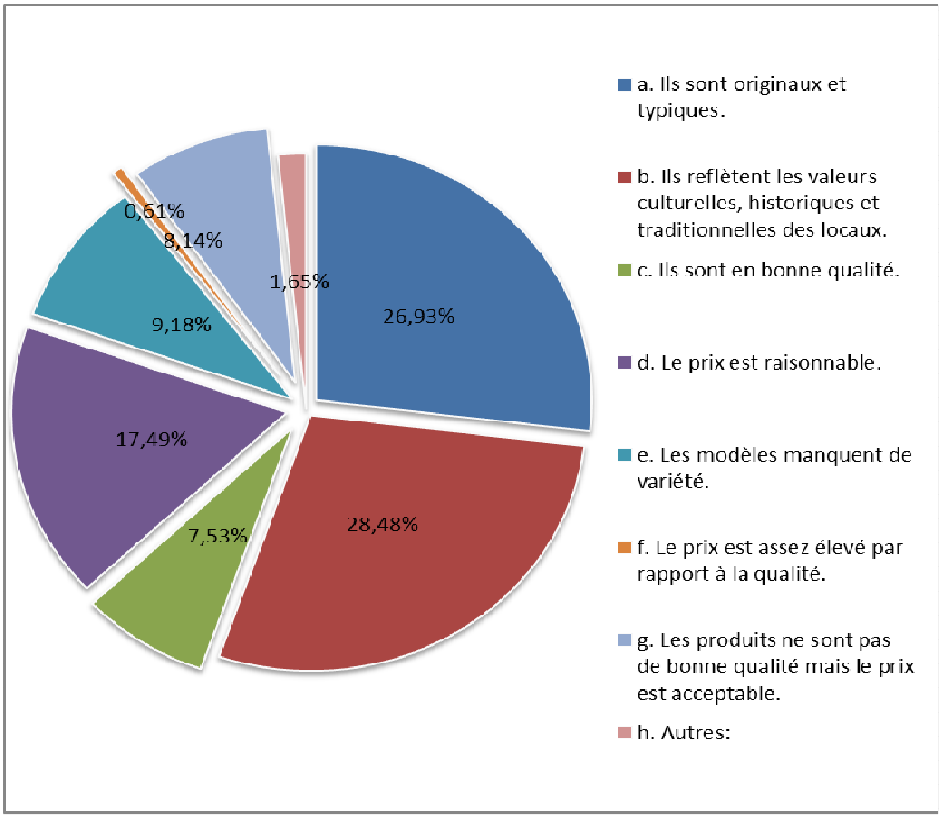
Le tourisme est un moyen important pour partager des valeurs culturelles, célébrer la diversité et découvrir le patrimoine culturel si diversifié du monde. Ces aspects interconnectent les destinations et les communautés. Il est ainsi nécessaire de prendre des mesures permettant d'interconnecter toutes les parties prenantes afin de

promouvoir les valeurs culturelles, la diversité et le patrimoine, à travers le tourisme. La qualité des produits artisanaux amènent à des réponses variées chez les touristes. Ce qui est le plus important pour les enquêtés (329/336 touristes), c'est que ces objets reflètent les valeurs culturelles et traditionnelles de la région locale, mais c'est aussi le fait qu'ils soient originaux et typiques.

De nombreux touristes (202/336 personnes) trouvent que le prix de ces produits est raisonnable ou peu élevé. Un dessin coûte un euro. Une fleur de lotus en papier se vend à partir d'un euro. Un bouquet de bâton d'encens (une douzaine d'unités) varie entre 0.5 euro et 2 euros en fonction de la qualité et du parfum de la pâte. Un petit souvenir en bambou varie entre 1 euro et 10 euros en fonction de la complexité des produits. Mais il y a aussi des objets plus chers comme des maquettes de la pagode, de la cité impériale ou encore des temples en bambou. Peu de personnes (7/336) avouent que le prix est trop élevé par rapport à la qualité des produits en bambou.

Certains visiteurs (106/336) affirment qu'il y a un manque de variété dans les modèles vendus. Nous partageons cette opinion. Les produits artisanaux (les fleurs en papier, la peinture) apparaissent comme monotones, même s'ils sont originaux et intéressants à découvrir. Au contraire, les produits en bambou servant dans la vie quotidienne (village de Bao La) sont variés. Cependant, ils sont assez encombrants et difficiles à emporter (19/366 touristes ont choisi cette réponse).

En général, l'évaluation des produits artisanaux chez les touristes est assez positive. Ils y retrouvent les implications culturelles et identitaires du territoire. Toutefois, il faut affronter la réalité et avouer que ces produits manquent de variété en matière de modèles. Ils sont également eux aussi fragiles et encombrants à transporter. Même si les touristes peuvent trouver des produits similaires dans d'autres régions du Vietnam ou des produits manufacturés industriels, les produits traditionnels locaux caractérisent néanmoins les valeurs distinctives et marquées des cultures indigènes.



Graphique 33 : Question «Comment trouvez-vous les produits artisanaux ?».

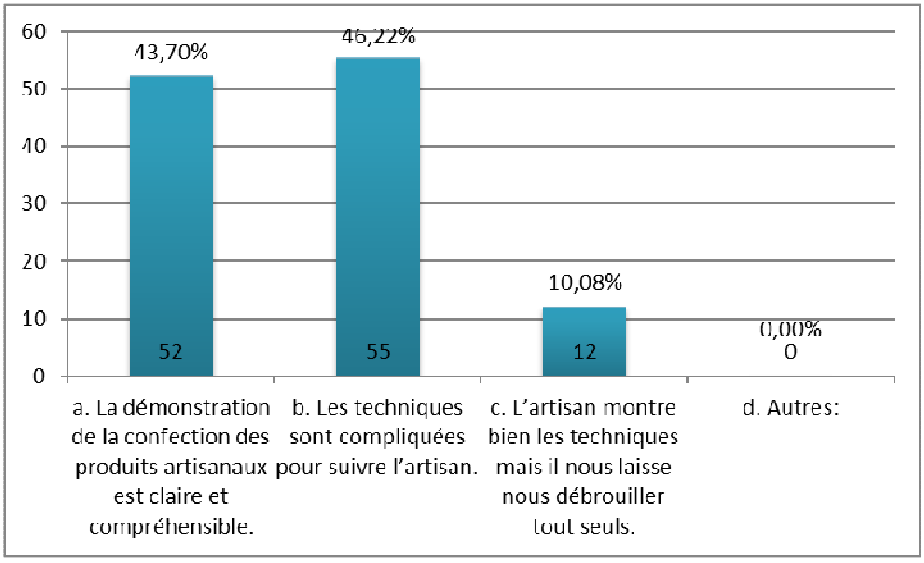
366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

«Le tourisme durable est une façon d'intégrer harmonieusement la filière touristique dans le territoire, en valorisant la richesse de l'offre locale tout en participant à sa dynamisation. C'est donc sur le terrain que le tourisme durable trouve son expression la plus opérationnelle, quand les acteurs locaux, publics et privés, recherchent ensemble des solutions adaptées aux spécificités de leur territoire[376]*».*

376 COLLECTIF, *Guide du savoir-faire «Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser»*, Paris, ODIT France, 2009.

En ce qui concerne les 86 visiteurs enquêtés au village de Phuoc Tich :



Graphique 34 : Question «Comment trouvez-vous la confection des produits artisanaux ?».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En observant ce graphique 34, la première remarque faite est que les techniques sont compliquées (46.22 % des enquêtés). Bien évidemment, la production des articles de poterie n'est pas simple, exige des compétences et de la précision. Cependant, la démonstration de la confection auprès des touristes est claire et vivante (43.70 % des personnes). Comme pour le cas des quatre villages précédents, pendant les Festivals, le nombre de touristes submerge les artisans. Les lacunes pour occuper les clients ne sont donc pas évitables. L'atelier de poterie est le symbole de la vie du village. L'artisan façonnait les objets en terre à la main, sa puissance de travail était donc modeste. Actuellement, on les fabrique grâce à des machines sponsorisées et payées par des fonds du Japon depuis 2002[377]. Cependant, les produits ne sont pas concurrentiels par rapport à ceux des villages de poterie de Bat Trang et de Hoi An. De plus, ils ne sont pas vraiment variés ni attirants afin de pouvoir séduire les clients locaux, vietnamiens voire même les touristes internationaux.

377 Le Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2015.

La confection des objets en poterie est une activité spéciale. En effet, comparé aux objets des autres villages mentionnés, les touristes peuvent imiter et suivre les explications des artisans. Par contre, au village de poterie, les touristes observent puis exécutent quelques étapes seulement de la confection. Les artisans expliquent les matières, la terre, la température (pour le four à bois et le four électrique), le séchage, les motifs de décoration, etc. *«Au carrefour de la culture, du patrimoine et de la création, l'artisanat local est particulièrement prisé des touristes désireux de découvrir les différentes facettes du territoire qui les accueillent. Du statut de «petit souvenir» à celui d'objet insolite ou d'œuvre d'art, l'artisanat revêt des formes multiples. En ce sens, la création artisanale originale possède une place à part. Dans les pays réputés pour la qualité de leur tradition artisanale, menacée par la production d'objets industriels, le tourisme a fait la preuve de sa capacité à maintenir l'art populaire local et la production d'objets utilitaires ou ornementaux élaborés selon les méthodes anciennes*[378]*»*.

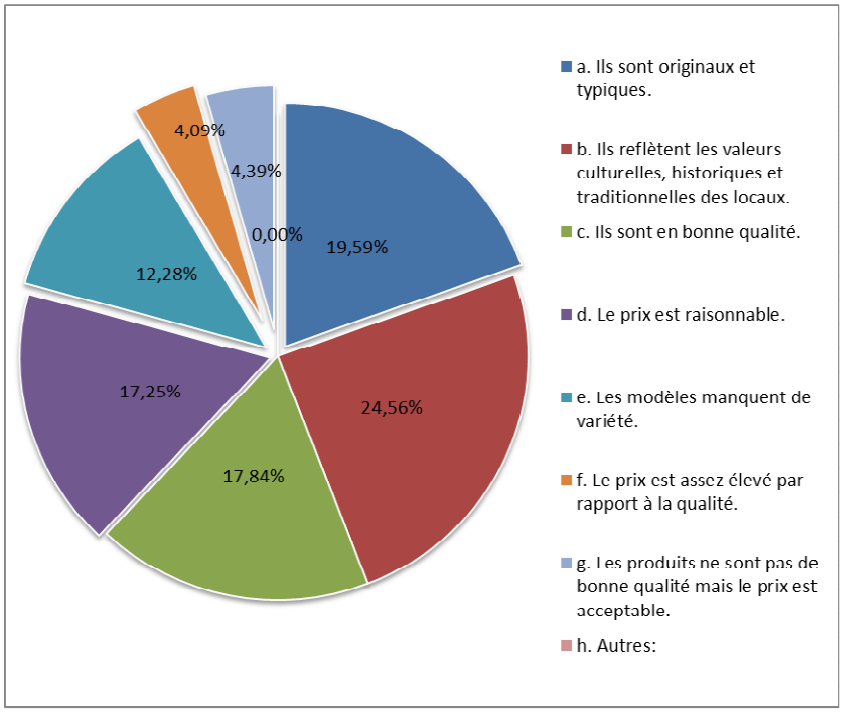
Au niveau de l'évaluation des produits artisanaux, comme dans les autres villages, les produits de poterie se font entrecroiser la culture, l'histoire et l'identité du peuple (84/86 enquêtés le prouvent). Depuis la dynastie Nguyen, les meilleurs artisans sélectionnés par les rois avaient pour mission de fabriquer des objets du quotidien dédiés à la cité impériale[379]. Par exemple, «le pot royal» en poterie de Phuoc Tich était très connu. Il était utilisé afin de cuisiner du riz pour la famille royale. En outre, d'autres objets réservés aux rois sont réalisés en poterie de haute qualité. En suivant l'évolution sociale, les artisans créent donc de nouveaux modèles appropriés à la vie quotidienne actuelle, plus moderne. Traditionnellement, la cuisson des poteries était réalisée dans un four à bois. Actuellement, le four électrique favorise davantage le succès des nombreuses poteries et pollue moins. La température est plus stable. La productivité de réalisation des objets est augmentée. Leur qualité est standardisée et ceci est affirmé par les clients (61/86 clients).

---

378 COLLECTIF, *Guide du savoir-faire «Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser»*, Paris, ODIT France, 2009.

379 URL : http://khamphahue.com.vn/du-lich/theo-chan-du-khach/tid/Du-lich-lang-co-Phuoc-Tich-tiem-nang-va-trien-vong/newsid/D0D64BEF-5DF5-41DA-BD48-16CB70876428/cid/4EE56146-D26C-4783-898F-0EC4FA9BC944 (consulté le 20 mars 2017).

Au niveau du rapport qualité/prix, ce dernier n'est pas élevé. Les visiteurs peuvent trouver des objets de qualité mais peu onéreux pour offrir des cadeaux-souvenirs.



Graphique 35 : Question «Comment trouvez-vous les produits artisanaux ?».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Le défi qui existe toujours reste cependant le manque de modèles mais aussi leurs caractéristiques d'application dans la vie quotidienne. Les clients peuvent ainsi toujours rencontrer les mêmes modèles de pots, de vases, de théières, de tasses, etc.. En comparant avec d'autres villages de poterie connus, les problèmes sont les suivants :

- Manque d'artisans qualifiés,
- Manque de fonds financiers pour investir dans la création de modèles et pour envoyer les artisans suivre les formations,
- Manque de variété dans les motifs de décoration des objets.

Ainsi, les poteries du village de Phuoc Tich étaient très connues grâce à leur histoire et à la terre servant de matière première dans cette région. Pourtant, ce métier perd progressivement de sa réputation faute d'investissements financiers mais aussi de concurrence. Les produits reflètent certes les anciennes cultures locales. Mais attirer davantage de touristes est pour le moment un problème insoluble et prenant à long terme, aussi bien pour les administrateurs que pour les professionnels, les artisans et les habitants locaux.

La confection des métiers artisanaux dans les cinq villages étudiés

(Source : Hoa NGUYEN)

Village de Sinh : la peinture sur le papier de coquille

Photo 97 et 98 : Les outils pour la confection des dessins (coquillage, mini-balai, sceaux, etc.…).

Village de Thanh Tien : la confection des fleurs en papier

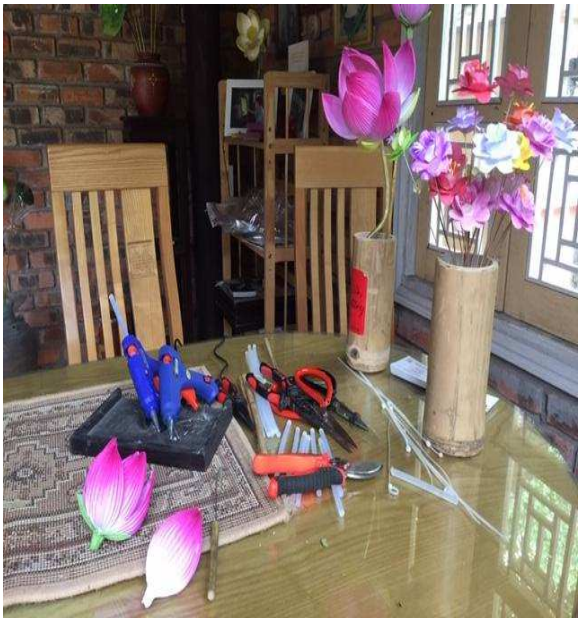


Photo 99 et 100 : Les outils pour la confection des fleurs en papier (papier A4, teinture, col, tige de bambou, rouleau en bambou, etc.…).

Village de Bao La : la vannerie

Photo 101 et 102 : La confection des produits en bambou.

Village de Thuy Xuan : la confection des bâtons d'encens

Photo 103 et 104 : La confection des bâtons d'encens.

Village de Phuoc Tich : la poterie

Photo 105 et 106 : Les outils et les schémas d'instructions de fabrication de la poterie.

Carte 14 : La distance entre les villages de métiers artisanaux par rapport au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Chapitre 6: Des créations d'emplois en faveur des autochtones par l'intermédiaire du *home stay* et des activités touristiques

III.6.1 Quand le tourisme culturel va de pair avec le tourisme communautaire: le développement du *home stay*

Le *home stay* (terme en anglais) : **La chambre d'hôtes** est une forme populaire d'hospitalité et d'hébergement dans laquelle les visiteurs dorment et faisant partie de la résidence d'un habitant local de la ville où ils se rendent[380].

Le *home stay* est un hébergement chez l'habitant qui offre donc la possibilité de séjourner au sein d'une famille locale contre paiement. Il s'agit d'une alternative économique parfaitement adaptée aux voyageurs indépendants de tous âges, stagiaires, voyageurs en année sabbatique, étudiants vivant à l'étranger et tous les touristes recherchant une expérience touristique réelle et authentique leur permettant de s'immerger dans la communauté et la culture de la région qu'ils visitent[381].

L'hébergement joue un rôle déterminant dans le choix de la destination touristique[382]. Le service de logement chez l'habitant favorise l'établissement de contact entre les touristes et les autochtones, les échanges de vues, l'enrichissement culturel. Ce sont ces activités vivantes qui ouvrent l'esprit des vacanciers en leur permettant d'unir «repos et connaissance[383]». L'objectif de coordination du tourisme culturel et du tourisme communautaire, au travers des visites de découverte des cultures locales et du logement chez l'habitant, consiste donc à valoriser les valeurs patrimoniales et à impliquer les autochtones dans le tourisme.

Dans le cadre de cette étude de terrain, nous remarquons que ce service de logement n'existe que dans les deux villages de Phuoc Tich et de Thuy Xuan. Cependant, leurs modèles de *home stay* ne sont pas les mêmes. Dans le premier

---

380 URL: https://www.homestay.com/fr/help/article/205363681-qu-est-ce-qu-un-hebergement-chez-l-habitant) (consulté le 25 novembre 2018).

381 Idem.

382 IREP, Virgile, *Atouts et limites du tourisme durable dans la Caraïbe micro insulaire. L'écotourisme*, Paris, L'Harmattan, 2010.

383 PATTIEU, Sylvain, *Tourisme et travail*, Paris, Presses de Sciences Po, 2009.

village, il s'agit d'un «vrai» *home stay*, c'est-à-dire que le logement prend place dans une partie de la maison appartenant à l'habitant. Le touriste et l'habitant dorment donc dans la même maison. En revanche, dans le deuxième village, c'est un logement «à part» de la maison de l'habitant ; logement construit selon l'inspiration d'une maison typique de la région locale. L'aménagement environnemental et la décoration du logement voient se manifester les caractéristiques culturelles du territoire où le touriste peut ainsi sentir l'ambiance familiale.

Photo 107 : Une chambre double au home stay «authentique» (village de Phuoc Tich).

(©Hoa NGUYEN)

Photo 108 : Une pièce au home stay «authentique» (village de Phuoc Tich).

(©Hoa NGUYEN)

Photo 109 (à gauche) : Un home stay «simulation» (village de Thuy Xuan). (© vuhomestay)

Photo 110 (à droite) : Une chambre double au home stay «simulation» (village de Thuy Xuan). (© vuhomestay)

III.6.1.1 Le *home stay* au village de Phuoc Tich

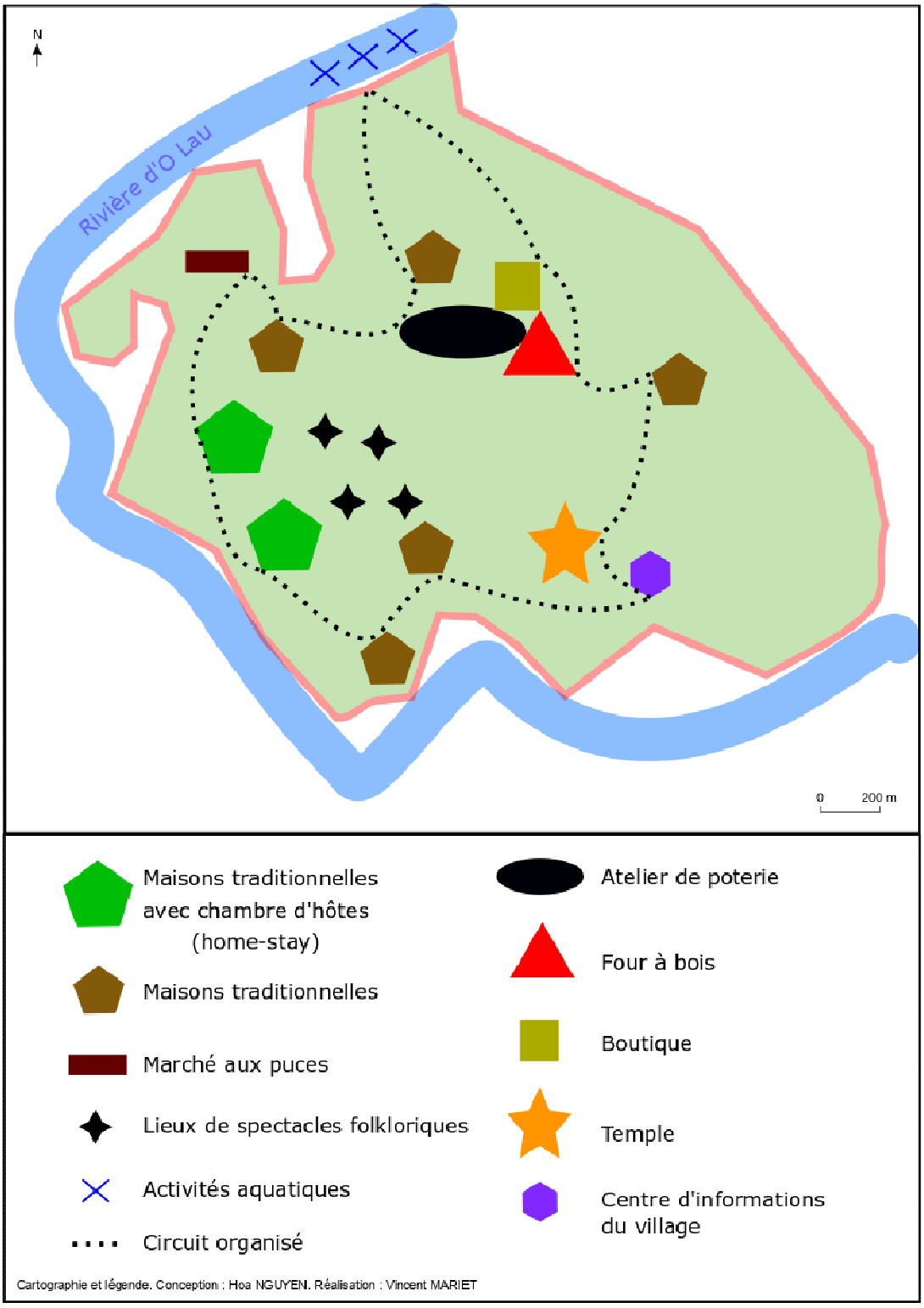
Il y a en ce moment deux maisons qui mettent en œuvre le *home stay*. La capacité d'accueil maximal de chaque maison est de 12 personnes (lits simples, lits *twins* et lits doubles, y compris les toilettes et les salles de bains en commun). Les clients sont envoyés par les agences de voyages. Ces dernières décident du prix avec les touristes. En fonction du nombre de clients et des activités organisées, les habitants perçoivent les commissions convenues (entre les autorités du village, les professionnels et les habitants).

Pour une visite simple des maisons-jardins, 1€50 par personne pour un groupe de 10 personnes (y compris la présentation de la maison du propriétaire, le thé et les fruits du jardin). Le service de *home stay* : 4€50 par personne et par nuit. Le service de pension complète : 12€ par personne et par nuit. Le propriétaire emmène les touristes faire leurs courses au marché aux puces dès la matinée. Il leur fait découvrir les rizières ainsi que l'atelier de poterie, où ils peuvent réaliser de petits objets simples. Enfin, si les touristes ont envie d'apprendre à faire de la cuisine locale ou vietnamienne, il faut ajouter 2€ par personne pour 2 heures[384]. Ce type de *home stay*

[384] Entretiens avec les artisans et les propriétaires des maisons-jardins du village de Phuoc Tich (travail de terrain de 2016 à 2018).

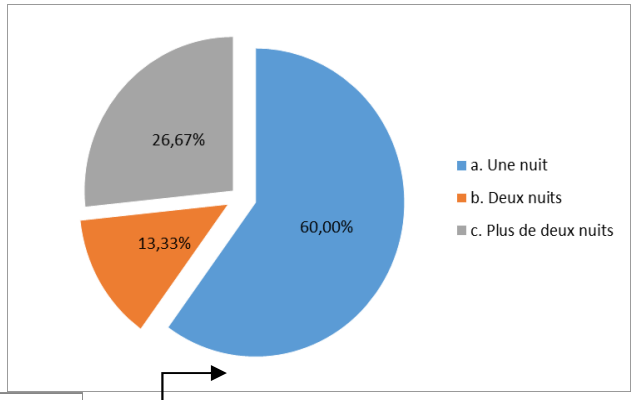
«authentique» est organisé par les autochtones ; ils accompagnent toutes les activités de la journée.

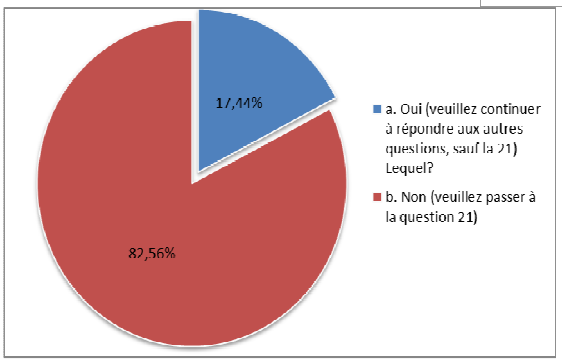
En effet, le touriste dort chez l'habitant, aide à faire la cuisine locale et prend ses repas avec le propriétaire. Durant la journée, il est accompagné pour aller visiter les autres maisons-jardins traditionnelles, le temple principal du village et l'atelier central de la poterie, y compris lors des activités de confection des produits. Le soir, il participe aux activités nocturnes occasionnellement organisées pour les touristes qui dorment sur place : le spectacle de chants folkloriques, les contes sur l'histoire du village et des métiers, l'échange d'anecdotes entre l'habitant et le touriste. Le lendemain, il visite et va faire des courses au marché aux puces puis il apprend à faire la cuisine locale. Lors des Festivals, les activités populaires traditionnelles dans le village et sur la rivière d'O Lau sont davantage mises en scène (courses de jonques, marionnettes, «four en action», etc.).



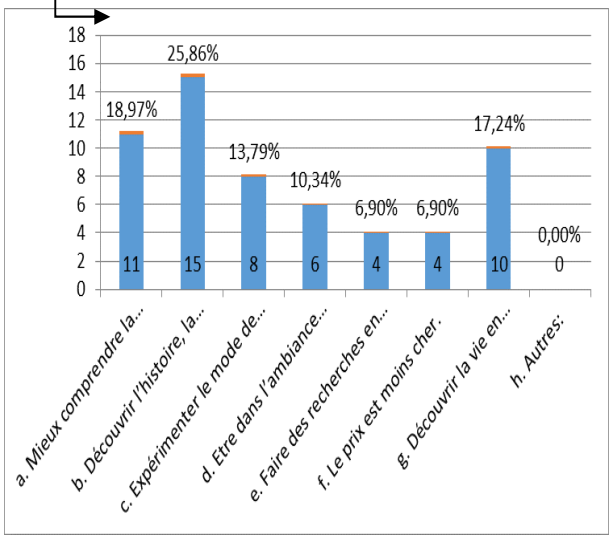
Carte 15 : Les activités lors du séjour de deux jours et une nuit au village de Phuoc Tich (le *home stay* et les circuits organisés par les autochtones).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)





Question « La durée de la nuitée ».



Question «Motivations du choix du *home stay*».

Graphique 36 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 86 enquêtés au village de Phuoc tich.

15/ 86 (soit 17.44 %) enquêtés ont choisi le *home stay*.

Graphique 37 (en haut) : Les réponses de 15 touristes (soit 17.44 %) sur la durée de nuitée au *home stay*.

Graphique 38 (en bas) : Les réponses de 15 touristes (soit 17.44 %)sur les raisons de leur choix de *home stay*.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

La première remarque à faire porte sur le petit pourcentage de choix fait à destination du *home stay* au village de Phuoc Tich. Ce village est très connu et davantage mis en promotion par le Service du Tourisme de la province de TTH, par les agences de voyages de Hué et par les médias nationaux et provinciaux. Cependant, cela ne veut pas forcément dire que les touristes veulent s'éloigner de la ville de Hué pour dormir chez l'habitant dans un village de poterie.

Les motivations quant au choix du *home stay* englobent plusieurs éléments dont le désir de découvrir l'histoire, l'architecture et la culture sont en tête. Les touristes souhaitent ensuite découvrir le quotidien des habitants (18.97 %). La vie rurale les intéresse aussi (17.24 %). Un des meilleurs moyens de s'immerger dans la culture indigène est d'expérimenter des moments avec les autochtones afin de ressentir l'ambiance familiale et amicale. Une des raisons qui amène les touristes à venir s'y loger est d'y passer une période sabbatique ou lors de journées de reportage pour la télévision. Dans ces cas, ils prennent directement contact avec les propriétaires selon la permission des autorités locales et peuvent payer moins chers que les touristes en court séjour.

En ce qui concerne la durée des nuitées, les touristes restant une nuit avec l'envie de découvrir des expériences quotidiennes et découvrir des traits culturels typiques de l'ancien village comptent pour 60 % de personnes. Par curiosité ou faute de temps, ils souhaiteraient quand même passer une nuit au village afin d'observer la vie quotidienne et la mise en scène de petits spectacles nocturnes. Les gens qui passent une nuit sont contents de leur séjour et laissant des mots de remerciements dans le livre d'or en espérant de nouveau y retourner et rester plus longtemps chez l'habitant (chez M. Te HO).

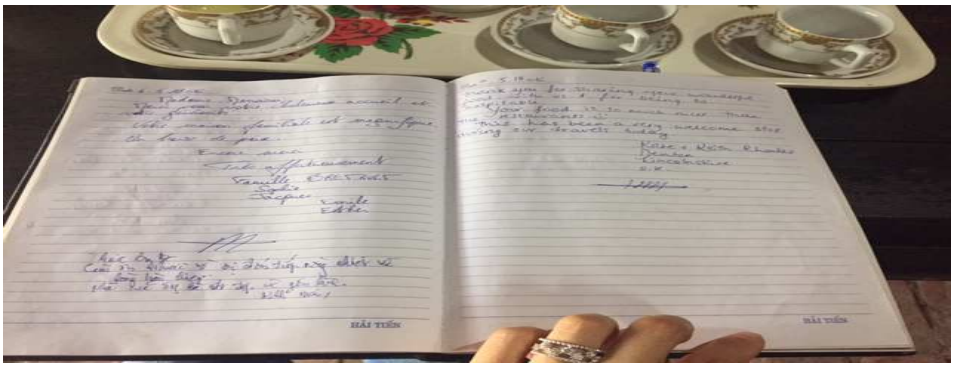
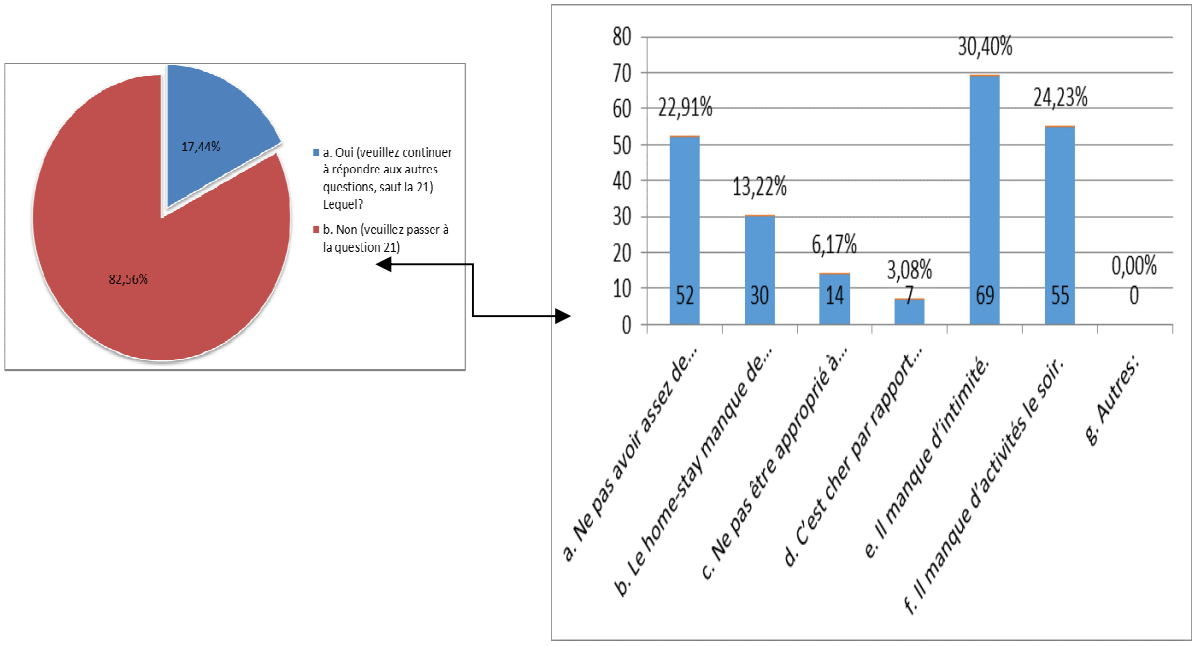


Photo 111 : Le livre d'or de M.HO (village de Phuoc Tich). (© Hoa NGUYEN, 2018)

Ils peuvent donc parfois y rester plus longtemps notamment pour des raisons professionnelles (26.67 %). Ceux qui y dorment deux nuits comptent au final pour 13.33 %. Cela s'explique par le fait qu'à part pour les chercheurs ou les professionnels, les activités du village ne sont pas assez variées afin de pouvoir retenir les clients sur place plus longtemps. Une autre hypothèse porte sur le fait que ce type de logement n'est pas confortable et manque d'intimité. Les chambres n'ont pas de portes et les lits sont mis côte à côte. De plus, les activités ne sont pas vraiment attrayantes. Les éléments de l'environnement naturel et rural ne sont pas encore exploités comme il le faudrait.



Graphique 39 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 86 enquêtés au village de Phuoc tich.

71/ 86 (soit 82.56%) enquêtés n'ont pas choisi le *home stay*.

Graphique 40 (à droite) : Les réponses de 71 touristes (soit 82.56 %) expliquent leurs raisons.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

D'après le résultat, 82.56 % des touristes du village de Phuoc Tich n'ont pas choisi le *home stay* car il y a un manque d'intimité dans les chambres (30.40 %), d'activités du soir (24.23 %) et de temps (22.91 %). En outre, le problème du confort et de l'hygiène font se méfier les clients. Le partage des espaces communs ne fait pas toujours du mode de vie des touristes.

Pour conclure, de nombreux touristes ne souhaitent pas se loger dans le *home stay* du village de Phuoc Tich en raison du manque de temps et du manque d'intimité. Pour ceux y faisant l'expérience d'une nuit, ils se montrent consentants et souhaitent souvent y retourner. Le *home stay* dans les maisons-jardins traditionnelles est un service touristique intéressant qui apporte un revenu supplémentaire aux autochtones et qui attire davantage les touristes pour qu'ils y restent plus longtemps. Toutefois, les services ne sont pas mis en place ni exploités de manière professionnelle et efficace pour ceux existants.

III.6.1.2 Le *home stay* au village de Thuy Xuan

La localisation de ce village, favorable (à 7 km du centre-ville de Hué et à proximité des monuments historiques) engendre la mise en place d'une grande exploitation de *home stay* dont le prix varie entre 5€ et 10€. Les clients cherchent eux-mêmes les *home stay* sur les sites de réservations par Internet qui leur conviennent, sans passer par les agences de voyages. Pour attirer les touristes, la promotion est donc très importante. Soit les propriétaires rénovent leur maison pour en faire un commerce de *home stay* et vivent ailleurs, soit ils font construire des logements en location sous forme de *«home stay»* et qui se trouvent près de chez eux. C'est un simple logement où peuvent dormir les touristes. Les activités de découverte culturelle ne font pas partie de la « mission » des propriétaires, sauf si les touristes ont des demandes particulières et des besoins de renseignements à propos de leur séjour à Hué. Cependant, les touristes dormant dans la maison de l'habitant, ce dernier joue tout de même le rôle de «réceptionniste». Le terme de *home stay* désigne alors un logement chez l'habitant où les touristes peuvent observer l'ambiance familiale locale, les habitudes des repas quotidiens et le déroulement de la journée des membres de la famille.

Il faut ainsi citer les cas des «faux» *home stay*, quand les propriétaires des hôtels familiaux transforment leur location en ajoutant des panneaux «*home stay*» afin de suivre la nouvelle tendance de logement. Les propriétaires saisissent en effet le besoin de changement quant au logement des clients. Ils rénovent leur lieu de fonction «réception – chambres», en «espace communs - chambres». Ils créent des espaces de cuisine en commun afin que les clients puissent prendre leur repas dans une ambiance conviviale et familiale. La plupart des «faux» *home stay* reçoivent

notamment des groupes de clients envoyés par des agences de voyage à prix cassés, impliquant donc le fait que le marché du logement ne fonctionne pas de manière loyale.

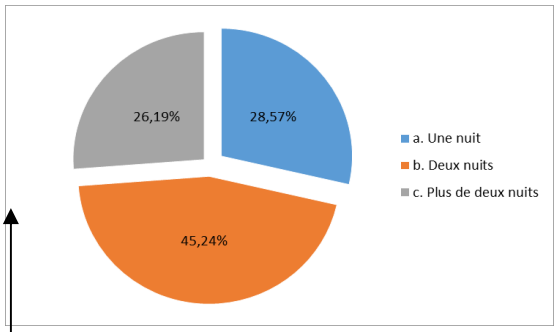
Photo 112 (à gauche) : Un exemple de «faux» home stay à Hué. (© EMT homestay)

Photo 113 (à droite) : Une chambre double dans un «faux» home stay à Hué. (© EMT homestay)

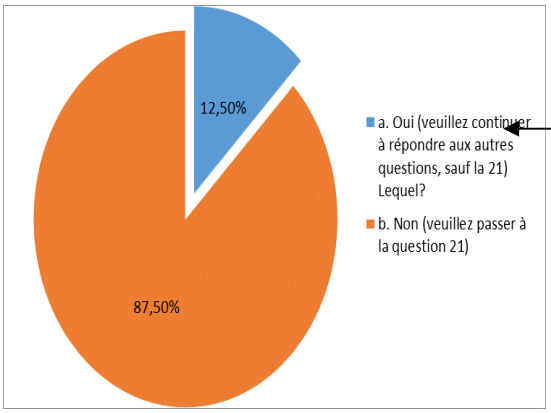
En se basant sur les graphiques 39, 40 et 41 ci-dessous, 12.50 % des enquêtés ont choisi le *home stay*. Les motivations principales quant à ce choix sont similaires à celles au village de Phuoc Tich : découvrir les cultures locales, mieux comprendre les traditions et le rythme de vie des autochtones, faire des recherches sur les patrimoines (les monuments historiques à proximité de ce village). Les motivations culturelles sont plus importantes parmi les touristes ayant l'habitude de voyager à l'étranger.

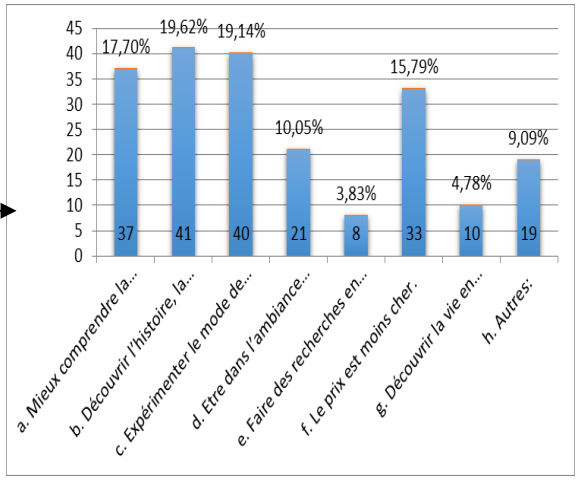
Une autre raison semblant importante aux touristes est liée au prix, qui est moins élevé par rapport aux hôtels (15.79 %). En effet, les *home stay* aux alentours de ce village se trouvent à environ 7-10 km du centre-ville et sont proches des autres endroits touristiques, au sein de la nature et sur la route menant aux montagnes. En fin de compte, la localisation de ces *home stay* est propice pour ceux qui préfèrent expérimenter le tourisme communautaire en découvrant au calme la nature et les cultures indigènes. Nous remarquons ainsi que 45.24 % des personnes y ont passé deux nuits. Le pourcentage d'une nuit et de plus de deux nuits est presque égal. Cela s'explique par le fait que les touristes ont choisi la localisation appropriée afin de pouvoir profiter de tous les endroits intéressants de la province de TTH. Ils peuvent

se balader en moto, à vélo, en bus, en taxi. L'approche des habitants locaux devient ainsi plus simple quand ils se séjournent au sein de ces petits villages.



Question « La durée de la nuitée ».





Question «Motivations du choix du *home stay*».

Graphique 41 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 336 enquêtés aux villages (Thuy Xuan, Thanh Tien, Sinh et Bao La).

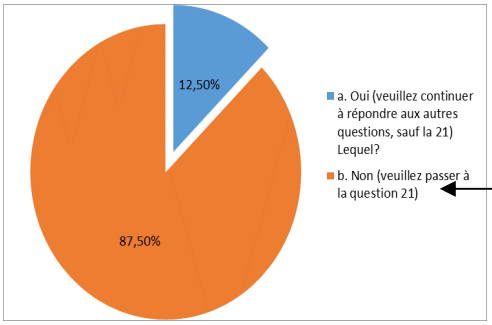
42/ 336 (soit 12.50 %) enquêtés ont choisi le *home stay* au village de Thuy Xuan.

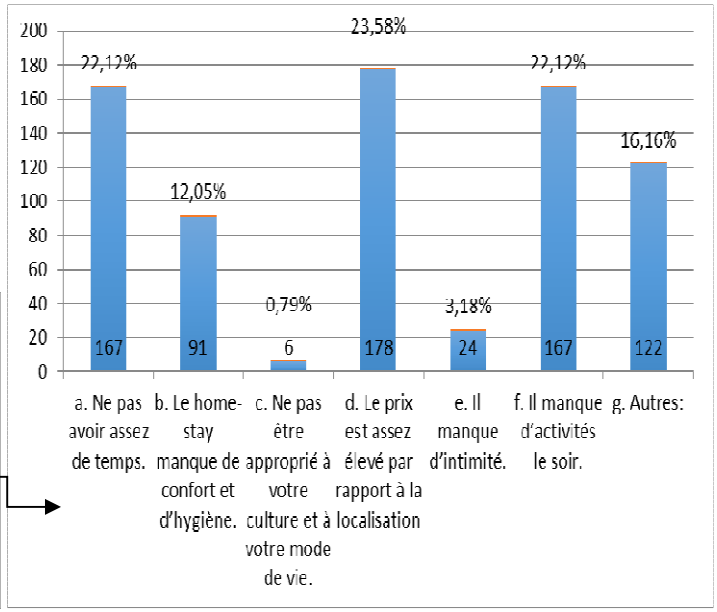
Graphique 42 (en haut) : Les réponses de 42 touristes (soit 12.50 %) sur la durée de la nuitée au *home stay*.

Graphique 43 (en bas) : Les réponses de 42 touristes (soit 12.50 %) sur les raisons du choix du *home stay*.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En ce qui concerne les enquêtés qui n'ont pas choisi le *home stay* (87.50 %), les réponses sont très variées. Ils trouvent que le prix est élevé par rapport à celui des chambres d'hôtes au centre-ville (23.58 %), qu'il n'y a pas dans les petits villages assez d'activités le soir (22.12 %) et que faute de lumière dans les rues, ils ont peur de sortir le soir à vélo ou en moto.





Graphique 44 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 336 enquêtés aux villages (Thuy Xuan, Thanh Tien, Sinh et Bao La).

294/ 336 (soit 87.50 %) enquêtés n'ont pas choisi le *home stay* au village de Thuy Xuan.

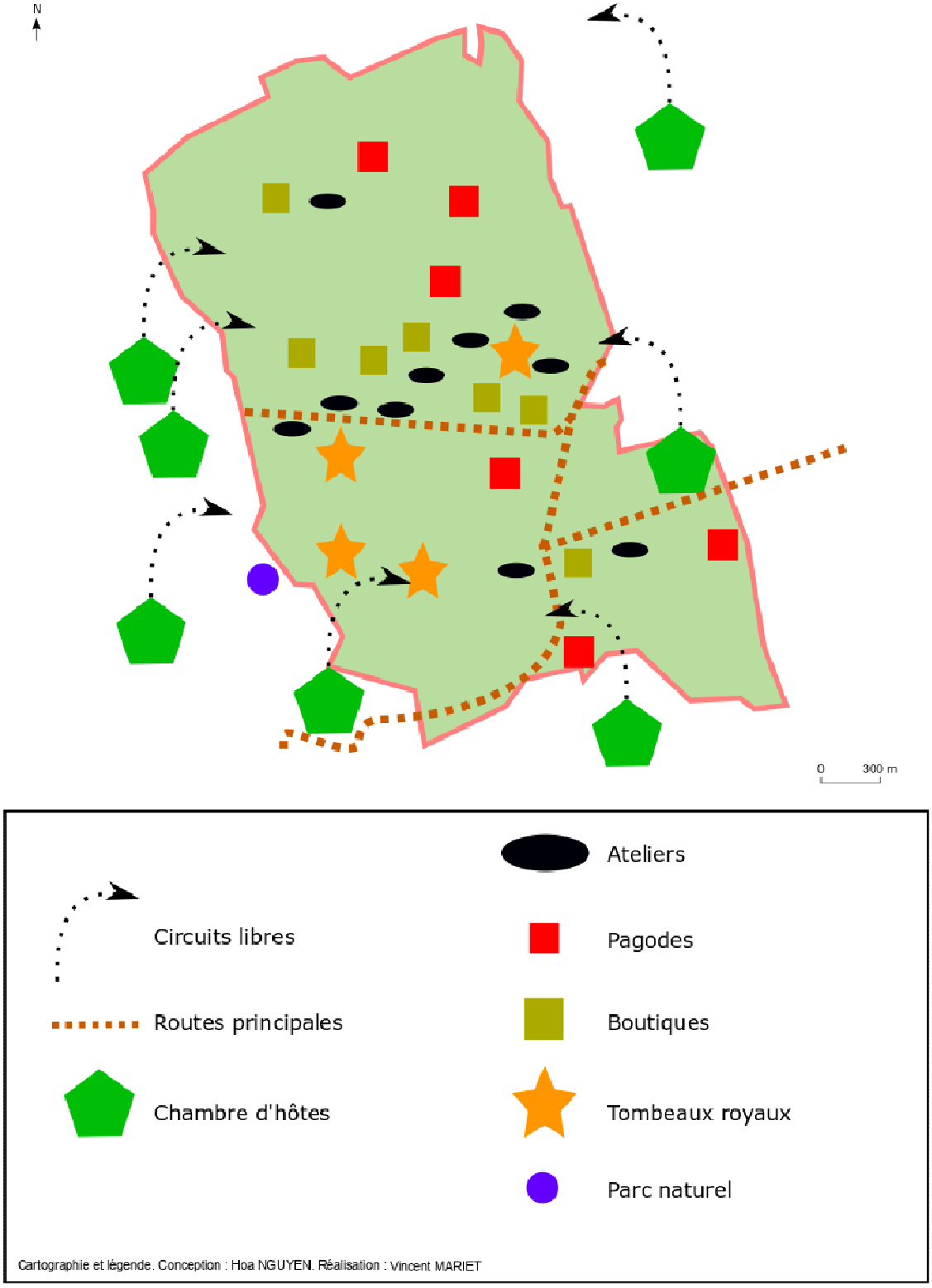
Graphique 45 (à droite) : Les réponses de 294 touristes (soit 87.50 %) expliquent leurs raisons.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En termes de prix, il faut clarifier certains aspects. En effet, le prix des chambres d'hôtes au centre-ville varie entre 5€ et 10€, y compris avec le petit-déjeuner ; mais sont aussi les mêmes dans les *home stay* loin du centre-ville. Pourtant, les atouts apportés par le *home stay* sont la nature, le calme et la découverte des cultures locales. Sur les sites de réservation, les internautes sont d'abord attirés par le rapport prix/localisation. Pour une ou deux nuits, ils cherchent également des logements plus accessibles le soir. En revanche, pour ceux restant plus longtemps, ils ont tendance à chercher les endroits les plus tranquilles et proches de la nature.

En résumé, le *home stay* aux villages est un service apprécié des touristes car ils peuvent cohabiter avec les autochtones et découvrir les autres traits culturels cachés. Les activités touristiques impliquent souvent la fusion de deux cultures très différentes et distinctes. Ainsi, la motivation principale est d'élargir les horizons, de rechercher des connaissances et des émotions par la découverte d'un patrimoine et de son territoire[385]. Les spectacles folkloriques et le partage des histoires avec les locaux sont considérés comme des éléments primordiaux pour développer le tourisme communautaire. Le prix semble important dans le choix des *home stay* (selon les résultats d'enquêtes). Néanmoins, il semble nécessaire de mettre l'accent sur la promotion en développant davantage les activités touristiques dans ces villages. De ce fait, le prix ne seraient plus un des critères majeurs en ce qui concerne le choix du *home stay* dans les villages de métiers artisanaux.

[385] ORIGET, Claude, *Le tourisme culturel*, Paris, PUF, 2001.



Carte 16 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thuy Xuan.
(Circuits libres non-organisés par les autochtones pour ceux séjournant dans les *home stay*).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

III.6.2 Les activités touristiques dans les cinq villages de métiers artisanaux en faveur du développement des communautés locales

III.6.2.1 Les caractéristiques touristiques particulières de ces villages

Les cultures locales et le patrimoine immatériel (savoir-faire, techniques traditionnelles) sont les atouts majeurs du développement touristique des villages de métiers artisanaux. Le rôle du patrimoine est incontestable dans le développement d'un tourisme de qualité répondant à l'optique touristique contemporain[386]. Chaque village possède des caractéristiques et des difficultés dans la pérennisation de leur métier et dans le développement du tourisme. La confection des produits artisanaux est l'âme du circuit touristique. Son objectif est de partager cette valeur culturelle auprès des touristes et de transmettre l'inspiration et la fierté de ce patrimoine à la jeune génération du village. Ces activités sont mises en place grâce à ces conditions préalables : environnementales (localisation géographique), immatérielles (savoir-faire, histoire, traditions), matérielles (maisons héritées) et personnelles (artisan, habitant et professionnels).

Selon le géographe J-M Breton, *«l'activité touristique est porteuse, pour les sociétés et les communautés locales, d'un paradoxe d'effets socio-économiques ambivalents : d'une part, comme instrument du développement économique durable, qui bénéficierait aux populations d'accueil, aux plus démunies d'entre elles en particulier, et comme facteur de redistribution des fonctions et de renforcement de la cohésion sociale ; d'autre part, comme élément perturbateur sinon destructeur de la société et de cultures peu propices à l'absorption d'un tourisme de masse non ou mal maîtrisé, cédant sous le poids d'apports exogènes inaptes à répondre aux besoins des plus défavorisés et enclin à les figer, au nom d'un exotisme fallacieux, dans leur statut de paupérisation[387]»*. En ce qui concerne le développement communautaire, le premier résultat se traduit par la participation des artisans et

386 GILLOT, Laurent, «La mise en valeur du patrimoine archéologique comme outil de développement. L'exemple du développement touristique en République Arabe Syrienne», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

387 BRETON, Jean-Marie, «Tourisme, Société, Culture et Pauvreté : Les ambiguïtés d'une politique développementale», dans BOUJROUF, Said et TEBBAA, Ouidad, (dirs.), *Tourisme et pauvreté*, Paris, Editions des Archives contemporaines, coll. Agence universitaire de la francophonie, 2011.

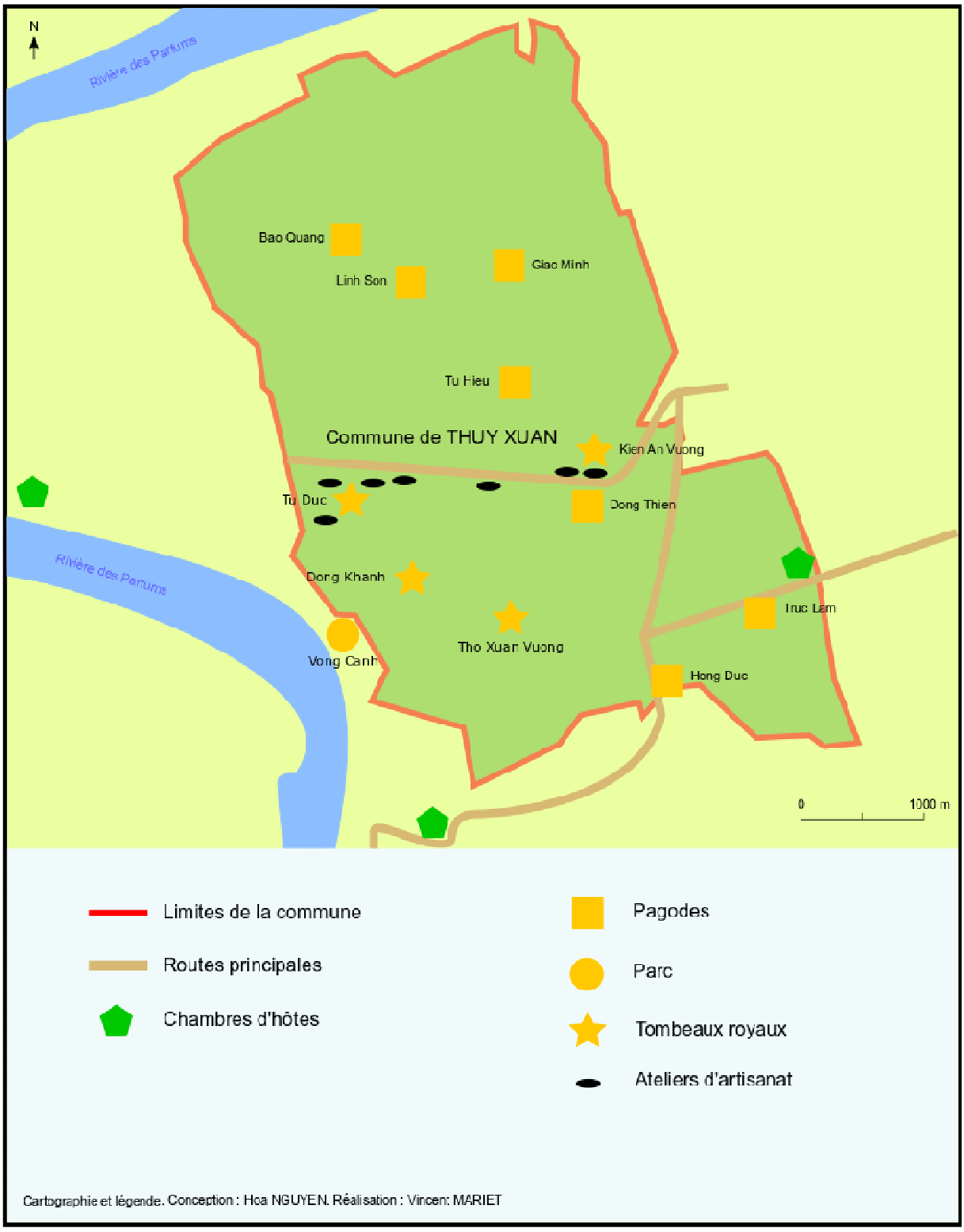
d’une partie des habitants locaux à ces activités. La valorisation et le partage des cultures auprès des touristes sont la mission prioritaire. En ce sens, le tourisme contribue à créer des emplois en faveur des habitants et motive davantage la génération future en ce qui concerne la conservation des métiers. Les autochtones (l’artisan et l’habitant) sont les acteurs principaux des projets touristiques où les professionnels jouent le rôle de sponsors et où les administrateurs sont considérés comme des «facilitateurs administratifs», les touristes étant leurs partenaires/collaborateurs. Pourtant, certaines opportunités s'avèrent vulnérables. Le fait de compter passivement sur quelques acteurs ne peut en aucun cas être le fondement d'un développement durable. Il serait souhaitable que toute la communauté prenne conscience de la conservation de ces valeurs et qu'elle abonde dans le sens créatif, social et éthique des projets touristiques.

a. Village de Thuy Xuan: les avantages de la localisation favorisent les circuits organisés en faveur du tourisme communautaire.

En réalisant une étude de terrain dans cinq villages de métiers artisanaux, nous observons par conséquent dans un premier temps que la localisation du village de Thuy Xuan consiste en une recherche d'atouts nécessaires dans le but de développer le tourisme communautaire. Les ateliers se situent le long de la route principale qui mène aux monuments historiques connus de la province de TTH (les tombeaux royaux : Tu Duc, Dong Khanh, Kien An Vuong) et qui est directement reliée à la route provinciale-nationale. Les pagodes se situant au cœur de la nature motivent les touristes quant à la découverte de la religion qui importe tant aux Huéens. Les ateliers de bâtons d'encens – objets sacrés dans cette religion – sont incontournables en ce qui concerne la compréhension des superstitions des habitants locaux. Le parc national, où se trouvent les collines de Vong Canh, surplombe la rivière des Parfums. Les différentes formules de *home stay* sont éparpillées au sein des rizières dans les environs de ce village. Parmi les cinq villages étudiés, c'est ce village qui développe davantage le *home stay*. Il commence par les *home stay* « simulés » : les propriétaires font construire des maisons servant en tant que *home stay*. Aujourd'hui, les agences de voyage encouragent les foyers qui voudraient partager leur logement avec les touristes, pour un *home stay* «authentique».

Le projet de développement du tourisme communautaire dans ce village a été lancé par le Comité populaire de la province de TTH en ayant pour objectif de créer des circuits d'échanges avec les autochtones et de découvertes patrimoniales et culturelles indigènes (monuments historiques, ruralité, montagnes, ateliers traditionnels). Ces conditions propices font que le village attire de plus en plus de touristes internationaux et domestiques en raison de la variété des activités et de l'environnement naturel. Ainsi, certains petits ateliers d'artisanat s'installent dans ce village pour faire connaître aux visiteurs d'autres métiers traditionnels et faire du commerce de produits (l'atelier de confection des chapeaux coniques, l'atelier de confection des cerfs-volants, l'atelier de confection des éventails en papier). Toutes ces activités rendent le village plus animé, vivant et convivial. Un grand choix existe en matière de produits traditionnels. Les touristes peuvent choisir les ateliers à lesquels ils veulent participer. La convergence du partage culturel et de la rencontre

des autochtones contribue à développer le tourisme communautaire de manière durable.



Carte 17 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thuy Xuan.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

b. Les fleurs «fanées» sont ressuscitées grâce au «héros» du village de Thanh Tien. Le rêve ne s'arrête pas.

À cause du changement des habitudes de culte et face à la disparition du métier traditionnel que constitue la confection des fleurs «marguerites» en papier, le «héros» du village, le peintre-artisan Van Huy THAN, a commencé à se renseigner sur les anciennes méthodes tout en étudiant les nouvelles techniques afin de pouvoir «ressusciter» les fleurs en papiers, notamment la confection des lotus. Depuis 2006, il a réussi à organiser des expositions de fleurs de lotus en papier chez lui. Les demandes d'expositions à l'échelle nationale voire internationale ont ensuite apporté une bonne réputation à ce village. Il a ainsi donné un nouveau souffle, une nouvelle vie aux fleurs en papier, faisant partie intégrante de la culture populaire régionale.

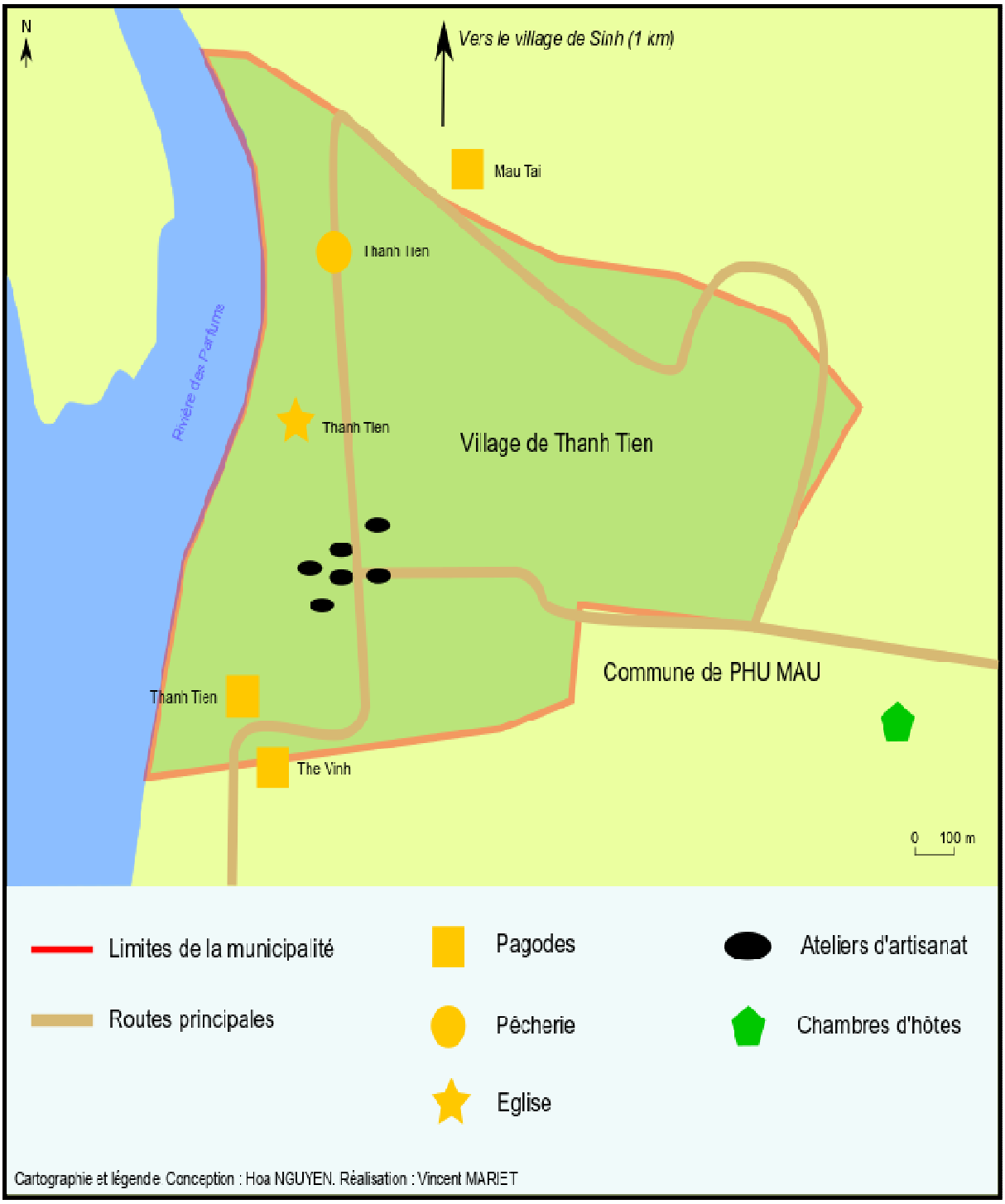
Après avoir passé deux heures à confectionner des fleurs en papier, les excursionnistes visitent les autres ateliers du village. Le partage du savoir-faire font se connecter le touriste et l'habitant et leurs deux différentes cultures. L'échange des cultures indigènes est l'élément social qui contribue le plus à la promotion de l'image touristique et à la valorisation culturelle. La conception de la visite est née d'une double volonté : découvrir l'autre dans le respect de sa culture, permettre aux voyageurs d'avoir par leur voyage un impact positif auprès des communautés rencontrées[388].

Les autres activités touristiques sont plutôt modestes, comme la visite de quelques monuments religieux. C'est pour cette raison que l'excursion ne se prolonge pas. Le métier artisanal est certes sauvé, la réputation du village s'est propagée et le village a fait prendre conscience aux politiques le besoin de redévelopper ce métier. Mais malheureusement, la réalité démontre que peu d'habitants se lancent dans ce projet de développement. Ils récoltent les premiers résultats de «la restitution des fleurs» mais il faudrait ensuite davantage diffuser ces valeurs. La reconstruction d'une image est difficile, la maintenir et la développer exigent encore plus d'efforts durables et à long terme. Il faut donc aller plus loin en envisageant de faire évoluer le patrimoine, du savoir-faire d'une culture locale à l'échelle sociale.

---

[388] «Tourisme communautaire et impacts positifs : l'exemple de Bacpancel en Equateur».

URL : https://www.doublesens.fr/actualites/tourisme-communautaire-bacpancel-equateur (consulté le 16 octobre 2017).



Carte 18 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thanh Tien.

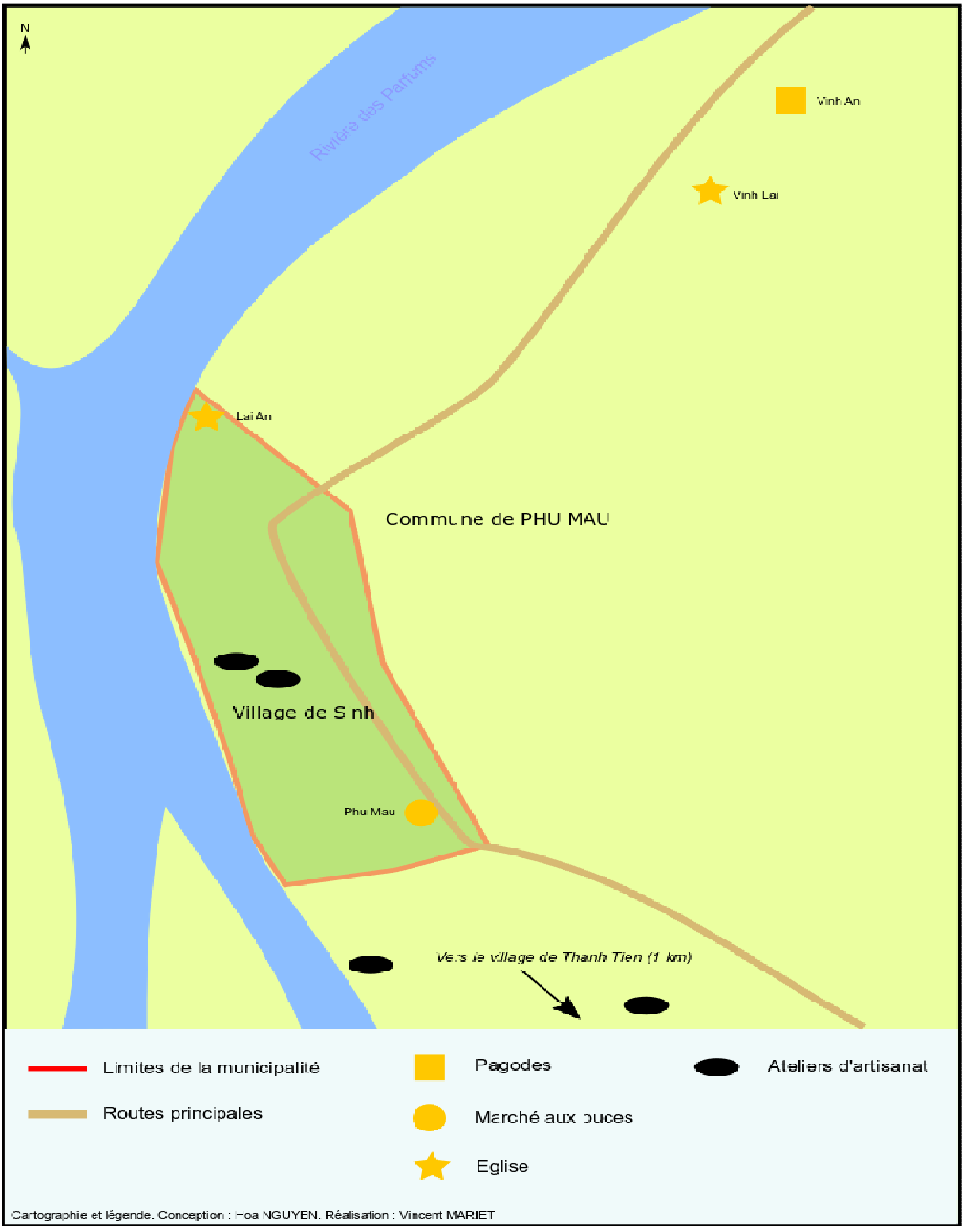
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

c. Village de Sinh: Les produits artisanaux synthétisent les valeurs des croyances populaires mais ne sont pas dédiés à une utilité pratique quotidienne.

Se trouvant à proximité du village de Thanh Tien, le village de Sinh est connu pour la peinture sur papier de coquillage grâce aux efforts sincères du dernier héritier des secrets de ce métier : l'artisan Huu Phuoc KY, âgé de 71 ans. Il est la neuvième génération de la famille de KY, et marche dans les pas de ses ancêtres afin de maintenir ce métier traditionnel. Ce village possède moins d'activités touristiques, hormis la visite de l'atelier et la fabrication des tableaux. L'excursion dure deux heures et il s'y déroule le partage des techniques de fabrication du papier en coquillage et les expériences du séchage des papiers originaux. Cet artisan raconte l'évolution du métier et ses périodes de disparition. Les récits deviennent plus vivants et émotionnels grâce à ce témoin de l'histoire.

La beauté de la culture se transmet par plusieurs canaux dont celui des autochtones, qui ont vécu des périodes et événements historiques. Ce métier du village Sinh en fait partie. Les valeurs culturelles se retrouvent dans les traditions des croyances populaires, de génération en génération. Ce trait culturel fait partie intégrante de cette personne âgée, considérée comme un porte-parole de la transmission envers les touristes venant de différents pays. Des produits spéciaux sont utilisés notamment de par les mœurs et les traditions de cultes dans la région. Les touristes étrangers ne sont donc pas concernés. L'artisan en crée d'autres afin que les touristes puissent participer aux activités (animaux d'horoscope, instruments musicaux traditionnels utilisés dans la cité impériale, jeux populaires de la région).

Ainsi, lorsque les produits ayant valeurs de croyance locale ne peuvent devenir des objets à vendre à destination des touristes, la capacité de diffusion de cette culture est fortement réduite. Les récits, les histoires ne sont pas suffisants pour conserver ce métier à long terme, qui est un patrimoine du savoir-faire.



Carte 19 : Les activités touristiques aux alentours du village de Sinh.

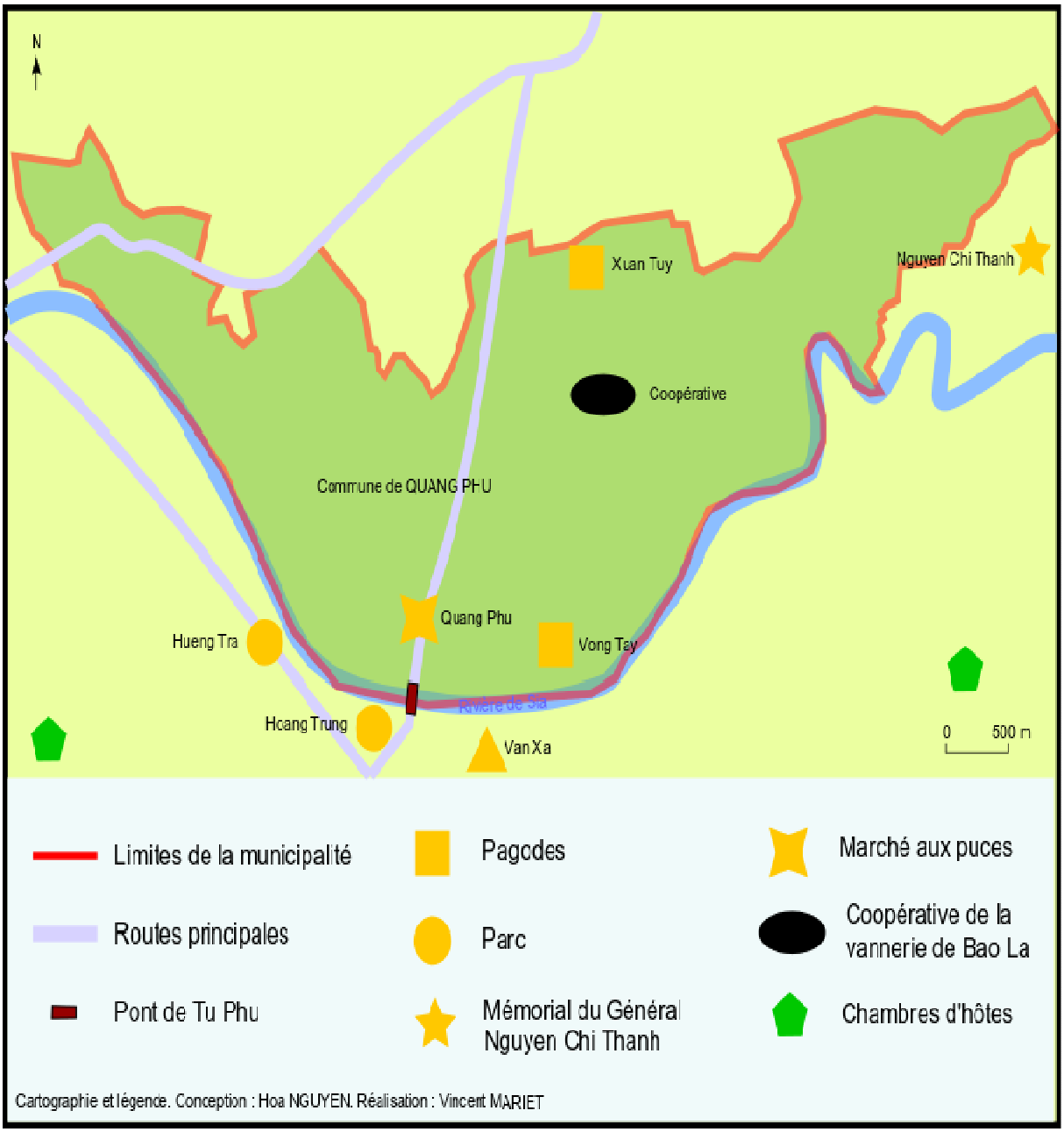
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

d. Village de Bao La: Le tourisme - un outil de promotion pour le commerce des produits artisanaux.

Ce village de confection d'objets en bambou est une destination de passage dans les circuits du tourisme communautaire, aux alentours de la lagune de Tam Giang. Ce métier traditionnel est lié à l'évolution de l'histoire et aussi à l'environnement naturel du village. Tout en profitant de l'existence des bambous et des rotins autour du village, les femmes se rassemblent pour fabriquer les objets du quotidien en bavardant. Travailler en équipe et se regrouper pour partager des histoires entre femmes, c'est une culture communautaire chez ces villageois(e)s.

C'est à partir de l'événement du Festival des métiers artisanaux que les artisans ont commencé à faire le commerce de leurs produits traditionnels en bambou. Le premier intérêt est de gagner des bénéfices tout en créant des emplois pour les femmes du village. Les expositions des produits dans les foires de tourisme attirent les touristes au village, qui achètent ensuite les objets servant dans la vie quotidienne. Les artisans se lancent donc dans la création d'autres modèles ciblant plusieurs marchés : les jeunes (sacs en bambou), les couples (vases, lampes de tables, etc.), les personnes plus âgées (produits plus chers : la cité impériale, le pont de Trang Tien, la pagode de la Dame céleste, en bambou). Lors des Festivals, les artisans organisent des ateliers de démonstration de confection des produits tout en les vendant. Les collectionneurs et les touristes intéressés commandent ainsi souvent plusieurs articles à la fois. Les valeurs culturelles sont imbriquées dans les apports d'utilité de ces produits qui apportent grâce au tourisme le succès en matière de commerce.

Ainsi, même si ce village ne met pas l'accent sur les activités touristiques, les touristes s'y rendent néanmoins afin de découvrir les objets utilisés dans la vie quotidienne vietnamienne. Les habitudes et la routine des autochtones se manifestent au travers de ces objets. L'utilité et la tradition sont deux éléments complémentaires qui créent la signification d'un objet artisanal au sein d'une culture communautaire.



Carte 20 : Les activités touristiques aux alentours du village de Bao La.

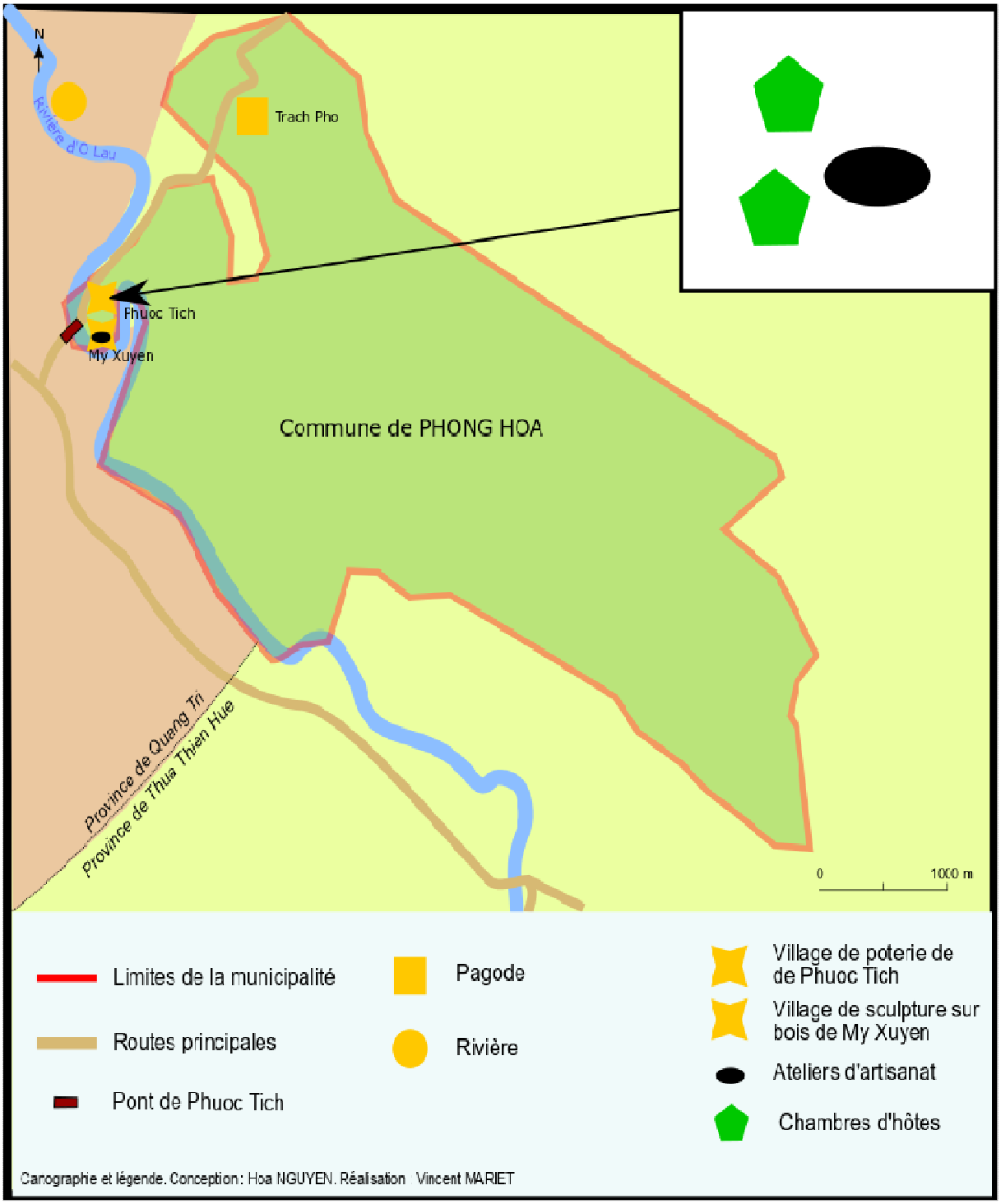
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

e. *Home stay* et poterie au village de Phuoc Tich: une voie à suivre qui manque d'investissements financiers et de capacité concurrentielle.

Les activités touristiques du village de Phuoc Tich consistent en la découverte des maisons-jardins traditionnelles en bois et en la visite de l'atelier de poterie. Les deux activités principales présentent l'histoire, l'architecture et les cultures de cet ancien village. Les maisons-jardins en bois sont la manifestation de l'architecture typique de la région. La construction des maisons en bois et la disposition de leurs pièces renferment toutes les traditions et les cultures de vie de la communauté : la mentalité patriarcale, la hiérarchie entre les membres de la famille, l'ordre dans les repas familiaux, les traditions de culte, etc. Le plan du jardin et ses plantes mettent en lumière la pensée de l'harmonie entre le «*Ying*» et le «*Yang*». Les habitants suivent le temps naturel du soleil et de la lune pour effectuer les récoltes, les constructions et les grandes fêtes (naissances, mariages, deuils). Le partage de ces histoires et la transmission de la fierté de l'habitant auprès du touriste contribue ainsi à valoriser les cultures locales. Le contact entre le touriste et l'habitant s'établit à travers les histoires de village. Le développement du service de *home stay* facilite ainsi véritablement ces échanges réciproques entre l'habitant et le touriste.

En ce qui concerne la poterie, faute d'investissements financiers, elle rencontre par conséquent des difficultés à s'affirmer dans le marché de la poterie au Vietnam. En outre, la population de ce village est âgée (plus de 70 % de la population a plus de 60 ans[389]). Les jeunes partent dans les grandes villes pour gagner leur vie. Les artisans qualifiés ont du mal à trouver de bons successeurs. C'est un important problème pour les autorités et les artisans. Ainsi, les traditions et les spécificités culturelles doivent être conservées et davantage diffusées dans la communauté et dans la société dans son ensemble. Les activités touristiques font partie des moyens de transmission de ces valeurs. Des choix sont à faire en ce qui concerne les façons de faire adéquates pour les pérenniser. Encourager la communauté locale à participer et à promouvoir leurs activités auprès des touristes est une des manières de faire s'y investir les différentes communautés afin de favoriser les échanges culturels.

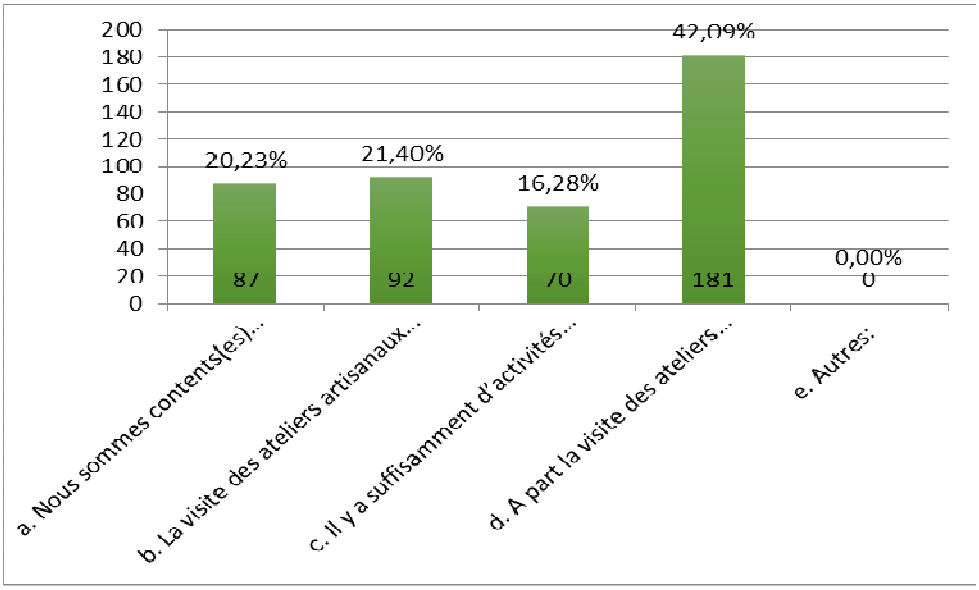
[389] Entretien avec M. Thang DOAN, responsable du tourisme du village de Phuoc Tich (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).



Carte 21 : Les activités touristiques aux alentours du village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

III.6.2.2 Regards des touristes

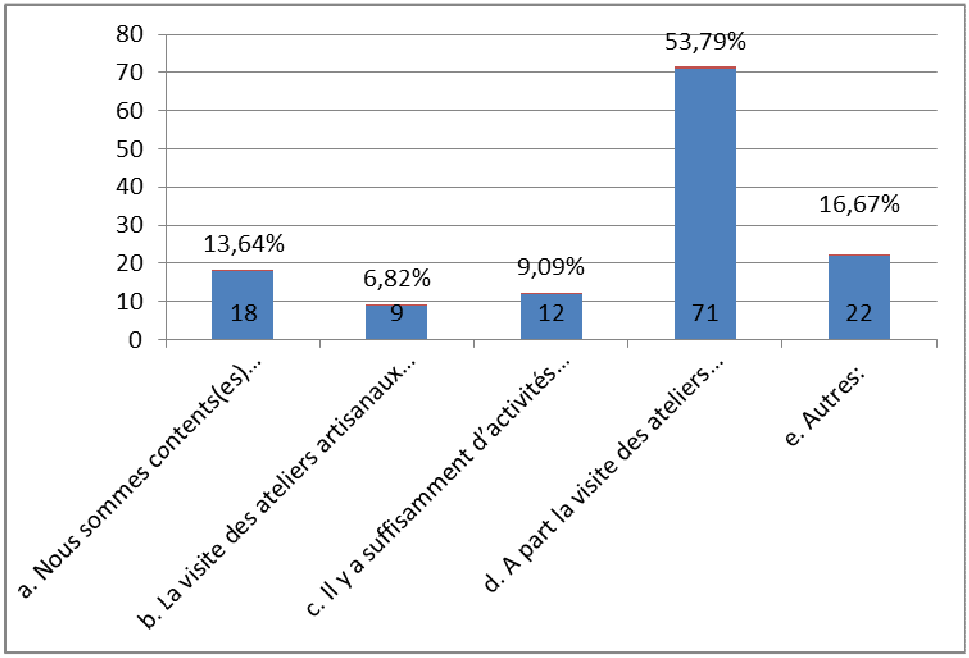


Graphique 46 : Question «Évaluation des activités touristiques dans les villages de métiers artisanaux».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Les résultats vus sous l'angle des touristes enquêtés dans les quatre villages montrent que la plupart trouve qu'il manque des activités touristiques (42.09 %). Peu de pourcentages expriment le contraire, c'est-à-dire qu'en fonction du temps réservé pour les excursions le programme d'activités est bien organisé. Au village de Bao La, la confection des objets et la visite des ateliers apportent aux touristes de nouvelles expériences (21.40 %). Les touristes sont contents de la variété des articles en bambou. Ils peuvent trouver de beaux souvenirs pour les offrir comme cadeaux. La plupart du temps réservé à la découverte du métier et à la confection des objets traditionnels, le touriste peut néanmoins explorer d'autres questions portant sur les traditions et l'histoire du village. Cependant, les acteurs touristiques liés à la nature et à l'environnement ne sont pas encore exploités, ce qui n'aide ainsi en rien à motiver les touristes à revenir faire des circuits dans ce village. Certains touristes s'attendent à plus d'activités lors de leur découverte de la culture indigène. Par exemple : davantage de participation des autochtones dans leurs activités rapprochant le touriste et l'habitant, et dans les spectacles folkloriques où sont représentés la vie rurale et le quotidien des villageois.



Graphique 47 : Question «Évaluation des activités touristiques dans les villages de métiers artisanaux».

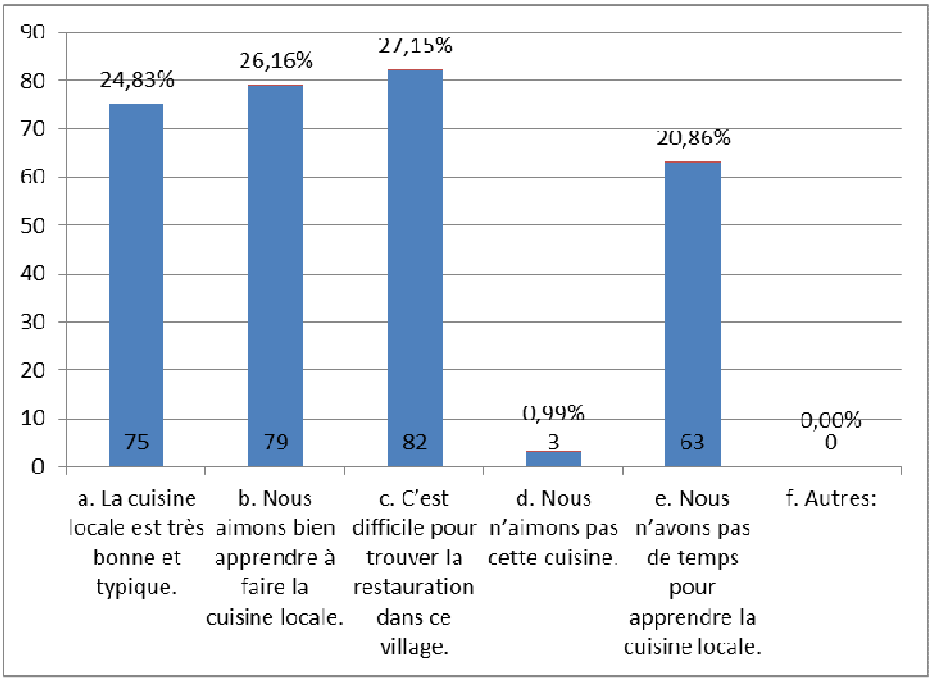
86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En ce qui concerne les commentaires des 86 enquêtés au village de Phuoc Tich (graphique 47), la majorité des touristes n'est pas satisfaite car ces derniers considèrent qu'il n'y a pas assez d'activités pouvant combler les vides du programme lors de leur excursion. Les touristes rencontrent les propriétaires des anciennes maisons en bois et visitent l'atelier de poterie. Au final, seuls 13.64 % des touristes sont emballés par cette excursion. La raison vient donc essentiellement du fait qu'il y a un manque flagrant d'activités.

En guise de pré-conclusion, en ce qui concerne les activités touristiques dans les cinq villages de métiers artisanaux : la visite des ateliers, l'échange avec les autochtones, la confection des objets traditionnels et l'accueil chaleureux des artisans attirent la sympathie des touristes. Cependant, il semble que la découverte de la culture locale doit s'appuyer sur d'autres facteurs, nécessaires pour favoriser le développement de l'empirisme chez les touristes au travers du tourisme culturel et communautaire. La découverte de la cuisine locale offre par conséquent une occasion particulièrement intéressante pour favoriser ce développement ; la cuisine reflétant de fort belle manière le patrimoine culturel immatériel, aux côtés de la créativité

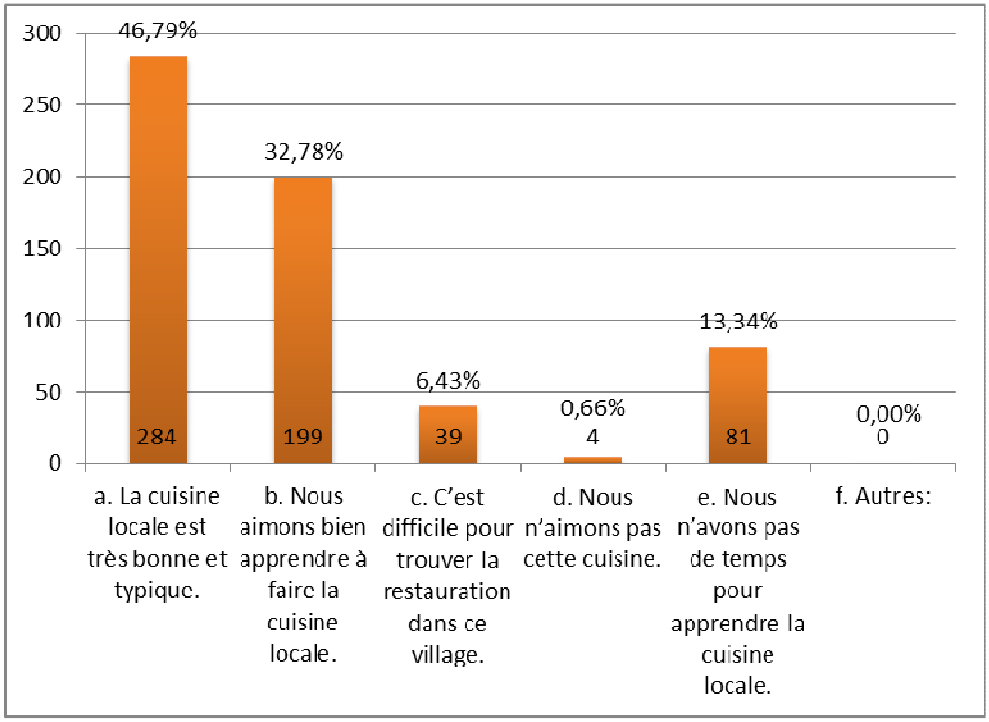
vietnamienne que l'on retrouve dans les activités touristiques. La plupart des enquêtés apprécient en effet particulièrement bien la cuisine locale, notamment au village de Phuoc Tich. Ceux pratiquant le *home stay* sont ceux qui ont proportionnellement le plus d'occasions de déguster des plats préparés par l'habitant. Beaucoup de touristes (79/86 touristes) souhaitent apprendre à faire de la cuisine locale. Toutefois, certains touristes ne peuvent y rester suivre les cours de cuisine faute de temps. D'autres remarques révèlent que ce village n'accueille aucune brasserie. Le village est plutôt calme voire fermé. Pourtant, les bistrots et les restaurants sont des endroits privilégiés pour que les touristes puissent rencontrer des habitants et établir des échanges avec eux.



Graphique 48 : Question «Évaluation de la cuisine locale dans les villages de métiers artisanaux».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Graphique 49 : Question «Évaluation de la cuisine locale dans les villages de métiers artisanaux».

366 touristes dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Dans les autres villages, les touristes sont satisfaits de la cuisine locale (graphique 49). Ils désirent plutôt suivre les cours de cuisine (199/366 touristes). La population de ces villages étant mélangée (personnes âgées et jeunes), la vie y est donc plus animée. Les petits restaurants et les cafétérias sont éparpillés un peu partout. Après leur excursion, les touristes peuvent se reposer en goûtant des plats dans les bistrots des différents villages. La restauration locale est une culture incontournable de la vie indigène à découvrir. Les plats sont le reflet de la variété de l'agriculture rurale. Au travers des repas, les touristes peuvent mieux comprendre les habitudes de vie des autochtones : ils prennent le repas assis par terre, les plats sont servis par tout le monde (ce qui est opposé à l'image occidentale de « chacun son assiette »), etc. Certaines choses sont d'ailleurs à éviter à table : on ne tape pas la vaisselle en mangeant car cela porte malheur ; il est interdit de planter une baguette à la verticale dans un bol de riz car cela est réservé seulement aux morts ; etc. La découverte de la culture locale est donc infinie. L'indispensable ici pour les touristes consiste avant tout à rencontrer les autochtones et à partager des moments du

quotidien avec eux. S'immerger profondément dans la vie des autochtones est la meilleure façon d'exercer un certain empirisme.

III.6.3 Les apports du tourisme et la création d'emplois pour les autochtones

III.6.3.1 Le développement local: contribution à l'amélioration de la vie des autochtones

D'après le Ministère du Travail, des Invalides et de la Société du Vietnam[390] :

- Dans les zones rurales :

  Les foyers classés sous le seuil de pauvreté touchent moins de 400.000 dong/personne/mois (14 €).

  Les foyers classés «pauvres» touchent entre 401.000 et 520.000 vnd/personne/mois (14 € - 19 €).

- En ville :

  Les foyers classés sous le seuil de pauvreté touchent moins de 500.000 dong/personne/mois (18 €).

  Les foyers classés «pauvres» touchent de 501.000 à 650.000 vnd/personne/mois (18 € - 24 €).

Selon « le Rapport du programme national des objectifs du développement durable de la lutte contre la pauvreté dans la province de TTH » proclamé par l'Administration nationale des statistiques en 2017 pour les prévisions de l'année 2018[391], la réalité montre que grâce au développement durable des zones en retard économique de la province de TTH (par le biais de la mise en place des projets de micro-crédit, de la formation des métiers, de l'éducation, des activités médicales, des aides de logements, etc.), on note une baisse de foyers situés sous le seuil de pauvreté.

390 URL : http://www.molisa.gov.vn/Pages/trangchu.aspx (consulté le 18 mars 2018).

391 URL : https://gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217 (consulté le 18 mars 2018).

En 2017, parmi plus de 260.000 foyers répartis dans la province, 2.961 foyers se situent sous le seuil de pauvreté (en baisse de 1.21 points par rapport à 2016). On note également une diminution de 348 foyers classés dans la liste des foyers au niveau du seuil de pauvreté (en baisse de 0.28 points par rapport à 2016)[392]. Le pourcentage des foyers les plus pauvres (plus de 25 %) est confirmé dans deux districts : A Luoi et Nam Dong, où se trouvent la plupart des ethnies minoritaires.

Le gouvernement provincial et les investisseurs touristiques aident d'une part, les habitants en ce qui concerne l'apport d'argent permettant de redémarrer les métiers traditionnels. D'autre part, *«il y a des politiques d'emprunt en micro-crédit qui permettent aux habitants locaux d'investir dans le commerce des produits artisanaux[393]». «Le tourisme peut présenter des avantages économiques pour les communautés hôtes et servir d'instrument pour atténuer la pauvreté et conserver les richesses naturelles et culturelles et les autres atouts»* (Rapport du Secrétaire général de l'OMT sur le Développement durable du tourisme en 2001). Grâce au tourisme, les métiers traditionnels ont une chance de survie ; le commerce des produits artisanaux locaux apporte un revenu secondaire aux autochtones.

Le tourisme peut jouer un rôle important dans la lutte contre la pauvreté, conformément aux objectifs à horizon 2012 déterminés lors du sommet de la terre de Johannesburg en août 2002. «*L'éradication de la pauvreté est le principal défi auquel doit s'attaquer le monde d'aujourd'hui, et c'est une condition essentielle du développement durable, en particulier pour les pays en développement. (…) des mesures concertées et concrètes sont nécessaires à tous les niveaux pour permettre aux pays en développement d'atteindre leurs objectifs en matière de développement durable (…)[394]*». L'arrivée du tourisme n'apporte pourtant pas directement de revenus convenables aux autochtones. Cependant, grâce à la mise en place d'activités touristiques, les villages de métiers artisanaux sont de plus en plus connus. Cette notoriété favorise l'accélération du commerce des produits artisanaux. C'est aussi la

392 URL : https://gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217 (consulté le 18 mars 2018).

393 NGUYEN, Quyet Thang, «Giai phap phat trien du lich sinh thai ben vung o mien Trung - Viet Nam [Solutions pour le développement durable de l'écotourisme au Centre du Vietnam] », Université de Ho Chi Minh ville, 2014.

394 «Quels enjeux ? Quelle contribution des scientifiques ?».

URL : https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Johannesburg_2002.pdf (consulté le 08 mars 2017).

manière la plus efficace de faire connaître l'artisanat auprès d'un grand nombre de touristes vietnamiens et étrangers.

«Le développement local est un processus de diversification et d'enrichissement des activités économiques et sociales sur un territoire à partir de la mobilisation et de la coordination de ses ressources et de ses énergies. Il sera donc le produit des efforts de sa population, il mettra en cause l'existence d'un projet de développement intégrant ses composantes économiques, sociales et culturelles, il fera d'un espace de contiguïté un espace de solidarité active[395]*»*. Les opportunités d'échanges commerciaux par le biais des Festivals et des promotions touristiques contribuent à créer des emplois pour les habitants, notamment pour les femmes et les jeunes employés. L'interaction des cultures entre les locaux et les touristes favorise d'une part, le fait que les autochtones puissent partager leur culture avec d'autres personnes venant de plusieurs pays et d'autre part, le fait que les touristes puissent s'enrichir de nouvelles expériences intéressantes pendant leur voyage.

La population locale est mise au centre du processus d'activités touristiques. La communauté doit s'intéresser au projet et donner son approbation avant de débuter toutes sortes de démarches. Elle doit s'approprier le projet comme si elle en était l'investigatrice. Les objectifs doivent être présentés clairement à toute la communauté afin que tout le monde puisse avancer dans la même direction. La réussite d'un projet communautaire se concrétise souvent selon sa viabilité et sa vision sur le long terme. Dans la majorité des cas, un ou des décideurs sont nommé(s) afin de faciliter les processus décisionnels. Ils doivent alors s'assurer que chaque partenaire participe au projet de façon équitable. Un comportement respectueux et une grande cohésion entre tous les acteurs favorisent un tourisme communautaire réussi[396].

III.6.3.2 Les retombées touristiques dans ces villages

Les avantages du tourisme communautaire pour les populations sont les suivants : création d'emplois, redistribution du travail, diversification économique

395 GREFFE, Xavier, *Economie des politiques publiques*, Paris, Dalloz, 1984.

396 URL : https://passionterre.com/tourisme-communautaire/ (consulté le 28 novembre 2018).

(artisanat, agriculture, services), prise de conscience de la protection environnementale ainsi que mise en valeur du patrimoine et des traditions locales. *«L'autonomisation des femmes est un sous-ensemble de l'inclusion sociale. L'inclusion sociale est l'un des défis les plus sérieux à relever pour faire des percées dans les efforts en faveur des pauvres*[397]*»*. Dans le cas des cinq villages de métiers artisanaux, la majorité des habitants participant aux activités touristiques sont des femmes âgées de 18 à 55 ans[398]. Dans les zones rurales, les femmes travaillent notamment dans l'agriculture, l'élevage… Elles cherchent de petits emplois pour améliorer économiquement leur vie, avoir de l'autonomie et pouvoir se réserver du temps afin de s'occuper des enfants.

Dans les villages de Thuy Xuan et de Bao La, 85 % d'employées sont embauchées à la Coopérative de vannerie de Bao La et 90 % des employées travaillent dans la confection des bâtons d'encens. Ces emplois demandent peu de force physique. Elles peuvent de plus travailler à plein temps ou à mi-temps. Ces travaux demandent de la patience et de l'habileté manuelle. Dans ce milieu de travail sont regroupées plutôt des femmes ; c'est donc également à cette occasion que les femmes se rencontrent et s'échangent leurs expériences de vie quotidiennes.

Dans les villages de Thanh Tien et de Sinh, les femmes participent également à l'artisanat en tant que saisonnières. L'artisanat de ces deux villages est lié à la fabrication des objets en papier. La confection des fleurs en papier et la préparation des papiers de coquillages (pour les dessins populaires) demandent des étapes préalables. La préparation du papier, le traitement des tiges de bambou, le plissage des papiers, la teinture, etc. demandent un nombre d'employés conséquent notamment des femmes et des jeunes.

À Phuoc Tich, la pénurie d'artisans (12 artisans qualifiés seulement s'y trouvent aujourd'hui) oblige les femmes à participer à ce métier. Beaucoup de jeunes ne poursuivent pas dans cette voie. Seules les générations les plus âgées font l'effort de continuer à sauvegarder le métier traditionnel, hérité de leurs ancêtres. C'est

397 NGUYEN, Thi Kieu Nhi, «Développement du tourisme au village de Phuoc Tich de la province de Thua Thien Hué», mémoire de master, Thua Thien Hué, 2017.

398 Entretien avec des habitants locaux des villages de métiers artisanaux (travail de terrain de 2016 à 2018).

d'ailleurs dans ce village que les activités touristiques sont les plus développées. Ainsi, le tourisme permet la création d'emplois pour les femmes (réception au centre d'accueil, enseignement de la cuisine locale, organisation des spectacles folkloriques, *home stay*…). La variété du travail en fonction des demandes des clients (la poterie et le tourisme) contribue à l'amélioration de la vie des habitants locaux, et confirme surtout l'autonomie sociale envers les femmes.

En fin de compte, l'amélioration du niveau de vie est marquée par une suite d'activités, à commencer par la lutte contre la pauvreté amorcée par les autorités. L'objectif vise à l'épanouissement l'artisanat tout en préservant l'identité locale[399]. Les retombées du tourisme sur la population locale sont notables[400]. «*Le tourisme, comme toute autre activité productive, a le potentiel d'améliorer les moyens de subsistance des pauvres. Réaliser ce potentiel implique de comprendre en quoi consistent les bénéfices du tourisme pour les pauvres et comment améliorer leur accès à la filière touristique. Jusqu'ici, les analyses n'ont pas permis de le faire : soit elles se concentraient sur les variables macro-traditionnelles (nombre de touristes, recettes en devise, etc.) sans mesurer les avantages perçus par la population pauvre, soit elles adoptaient* a contrario *une approche micro, spécifique à une zone géographique restreinte et à une niche donnée, ne permettant pas de tirer des enseignements généraux sur le tourisme "pro-pauvre", le tourisme au bénéfice des pauvres[401]*».

Les activités touristiques créent des emplois et retiennent les jeunes dans les villages, plutôt que de les voir migrer vers les agglomérations urbaines surpeuplées[402]. La préoccupation majeure des artisans qualifiés dans les cinq villages de métiers artisanaux est en effet de transmettre leur savoir-faire, leur secret

399 VO SANG, Xuan Lang, «les villages de métier traditionnel Cham à Ninh Thuan : lutte contre la pauvreté et tourisme ?», dans BOUJROUF, Said et TEBAA, Ouidad (dirs.), *Tourisme et pauvreté*, Paris, Editions des archives contemporaines, 2011.

400 HERIJAONA, Randriamanantenasoa, «Madagascar : un modèle d'écotourisme », dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

401 ASHLEY, C., et MITCHELL, J., « Évaluer l'impact des revenus du tourisme sur la pauvreté», *Briefing Paper 21*, Overseas Development Institute, juin 2007.

402 ARDIKA, Gede, «Indonésie : pour un tourisme communautaire», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

professionnel, aux générations futures. L'artisan Huu Phuoc KY est le seul artisan qui garde encore les sceaux originaux en bois afin de réaliser les dessins sur le papier de coquillage. Il a l'extrême volonté de transmettre ses techniques aux jeunes du village et à ceux d'autres villages. Son objectif est de diffuser le plus largement possible la connaissance de ce métier traditionnel, qui est un trait culturel original de la région. «*Je le regretterais énormément si ce métier hérité disparaissait un jour. J'ai formé ma femme et mes enfants à ce métier traditionnel, mais ce n'est pas suffisant pour le sauvegarder. J'ai besoin de plusieurs mains afin de pouvoir contribuer à la valorisation des identités culturelles indigènes et les conserver*[403]».

Comme abordé précédemment à travers la fiche d'identité des cinq villages de métiers artisanaux étudiés, le revenu moyen par personne et par mois varie entre 74 € et 185 € (le SMIC est de 120 €). Ce revenu tourne donc aux alentours du montant d'un SMIC. Il faut préciser que **nous tenons seulement compte du revenu des habitants locaux concernés** (soit les artisans et les personnes participant aux activités touristiques). Ces familles concernées ne figurent donc pas dans la liste des foyers se trouvant sous le seuil de pauvreté ni dans la liste des foyers dits «pauvres». Or, selon ces revenus obtenus, on ne peut pourtant pas dire que ces familles sont de classe moyenne ou aisée. Au Vietnam, on ne peut en général se référencer au SMIC afin d'évaluer le revenu touché par les personnes. Le SMIC n'assure pas les dépenses quotidiennes basiques d'une personne. Les habitants cherchent donc d'autres emplois supplémentaires afin de pouvoir vivre mieux. Mais retournons maintenant aux cas des familles concernées dans les villages de métiers artisanaux. Le niveau de vie dans les territoires ruraux est moins élevé. Le revenu moyen mentionné aide donc les habitants à pouvoir mieux se débrouiller en ce qui concerne les dépenses indispensables de la vie quotidienne. Ils échappent au moins à la misère, dans un contexte de pénurie de travail dans les campagnes et de difficulté de mise en commerce de l'artisanat.

Toutes ces remarques nous amènent donc aux réflexions suivantes :

- Les habitants locaux peuvent-ils gagner correctement leur vie grâce aux activités agricoles et au petit commerce ?

403 Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (travail de terrain de 2016 à 2018).

- Est-ce que l'artisanat (la production des produits artisanaux) leur rapporte des revenus intéressants ?

- Les activités touristiques contribuent-elles directement ou indirectement à l'amélioration du revenu touché par les habitants locaux (qui est assez élevé par rapport au niveau de vie dans les zones rurales) ?

Nous remarquons au départ que le revenu moyen est assez élevé par rapport au niveau de vie des zones rurales et par rapport au revenu moyen des autres villages de campagne. Les résultats d'entretiens auprès des habitants locaux dévoilent ainsi qu'environs 80 % des habitants exercent une profession libérale[404]. Les déclarations d'impôts au Vietnam ne sont pas encore développées et beaucoup de difficultés sont rencontrées car les transactions commerciales se font librement en espèces et les paiements de salaire n'ont pas pour obligation de passer par le système bancaire.

Les revenus des habitants locaux mentionnés ci-dessous sont non déclarés. Autrement dit, il est seulement estimé ce qui est gagné en moyenne chaque mois au travers des différentes activités professionnelles (artisanat, tourisme, agriculture, élevage, bricolage, petit commerce, ménage…). Certains mois sont favorables au contraire d'autres mois plein de pluie ou d'inondations ou lors des périodes de sécheresse lorsque la perte des récoltes ne leur apporte donc plus aucun revenu. Par conséquent, quand saisons favorables il y a, ils doivent travailler plus et en même temps s'occuper avec de petits emplois. La politique de travail instituée au Vietnam limite officiellement à 35 heures par semaine le travail des employés. Or, en réalité, en parallèle des horaires de travail officiels, les Vietnamiens peuvent assumer tous les emplois supplémentaires («les boulots de la main gauche») qu'ils le souhaitent et qu'ils peuvent effectuer.

En définitive, les autorités n'arrivent pas à contrôler le nombre d'heures de travail ainsi que les revenus touchés par personne et par mois. La difficulté de vérification exacte du salaire ou des revenus des artisans et des professionnels libéraux est importants. Dans les zones rurales notamment, peu d'habitants se

404 Entretiens avec des habitants locaux dans les cinq villages de métiers artisanaux (travail de terrain de 2016 à 2018).

servent des transactions bancaires. Tout est réglé en espèces. Pour aller plus loin et en répondant aux trois préoccupations exposées ci-dessus, nous allons évaluer les apports du tourisme dans les cinq villages ciblés ; dans la valorisation des métiers artisanaux, l'amélioration économique et sociale, ainsi que la sauvegarde environnementale, patrimoniale, culturelle et identitaire locale.

III.6.3.3 L'influence directe ou indirecte du tourisme dans ces villages?

<u>Phuoc Tich</u>: village de poterie mais pourtant, la poterie ne crée pas la richesse économique du village.

Le développement local mobilise plusieurs acteurs[405]. Le tourisme mobilise la population locale, valorise les productions agricoles et artisanales locales, génère des revenus aptes à contribuer au financement de nouveaux projets (éducation, santé, environnement, productions). C'est aussi un élément de dynamique sociale, facteur d'ouverture, de respect, d'écoute, et d'échange culturels. Par cette rencontre des cultures, il met en perspectives l'évolution des sociétés, créant ainsi les conditions de nouvelles solidarités entre personnes de cultures différentes[406]. L'arrivée du tourisme dans ce village ouvre plusieurs opportunités de travail pour les habitants locaux.

La population étant âgée, les activités de production économique sont donc limitées. Ce village est un des très rares villages de campagne qui ne développe ni l'agriculture ni l'élevage. Les personnes sont parties travailler dans les autres régions envoient l'argent à leurs parents restés au village. Environ 12 artisans en poterie sont présents et par conséquent, la production de l'artisanat est également peu développée. Au travers des Festivals, les artisans sont encouragés à effectuer leur retour vers ce métier pour qu'ils puissent sauvegarder le patrimoine immatériel du village. La poterie de Phuoc Tich est en train de se chercher un marché commercial. Cependant, les demandes demeurent encore peu élevées. Le manque de variété des modèles ainsi que le manque de qualité des produits diminuent la capacité

405 VIOLIER, Philippe, *Tourisme et développement local*, Paris, Editions Belin, 2008.

406 DOLLFUS, André, «Les enjeux et défis du tourisme responsable», dans COLLOMBON, Jean-Marie, BARLET, Sandra, RIBIER, Danièle (dirs), *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

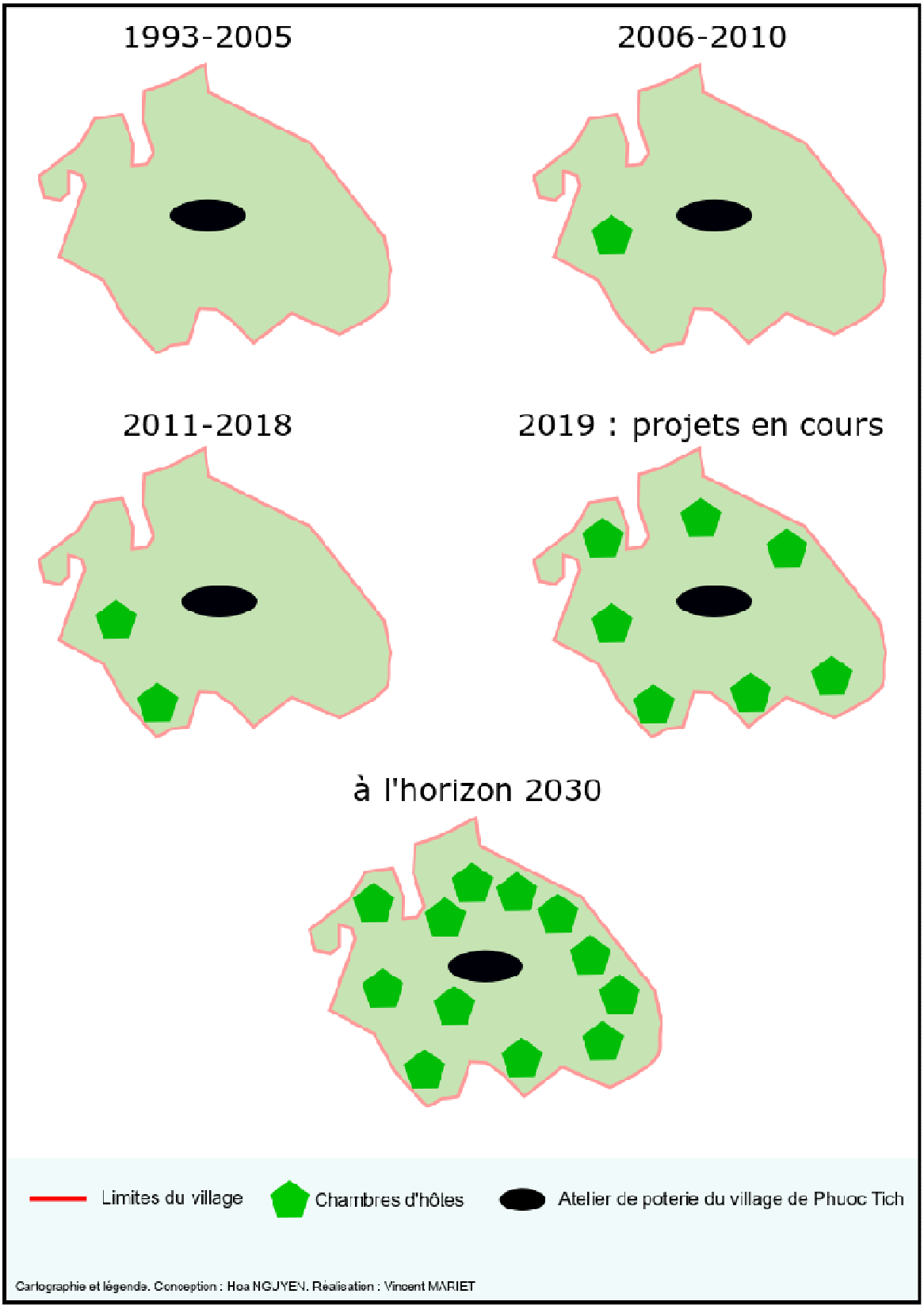
concurrentielle au sein du marché de la poterie. L'activité touristique crée une demande pour un large éventail de produits et services achetés par les touristes[407]. Les activités touristiques sont organisées en profitant des atouts historiques, architecturaux et traditionnels de ce village. La rénovation accomplie, fin 2018, de cinq maisons-jardins en bois, favorise le développement du service de *home stay* car avant 2018, il n'y en avait que deux dont la capacité d'accueil était de 12 personnes par foyer au maximum. Ce type d'hébergement favorise la découverte par les touristes des activités nocturnes du village. La variété des rencontres favorisent certaines autres formes d'activités[408]. En fonction des clientèles et de leurs besoins, les autochtones s'adaptent et organisent différents spectacles appropriés.

En résumé, le tourisme apporte au village, sur le plan de l'image, la notoriété. Les activités touristiques et quelques services supplémentaires créent des emplois pour les habitants. Mais actuellement, l'activité de poterie ne crée que peu de richesses économiques pour le village. Vue la situation du développement de la production de poterie et des activités touristiques à Phuoc Tich, elle demandera dans le futur un investissement considérable en termes matériel, financier et humain.

---

407 COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.

408 COLLECTIF, *Tourismes 3 : la révolution durable*, Paris, Equipe MIT / Editions Belin, coll. Mappemonde, 2011.



Carte 22 : Évolution des chambres d'hôte dites authentiques au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

<u>Thanh Tien</u> : Les retombées touristiques envers l'évolution des jeunes employés saisonniers qui travaillent temporairement mais qui ne s'engagent pas à long terme au sein de ce métier

Les Festivals sont des événements «de repère» : les touristes y arrivent et commencent en premier lieu à contempler les fleurs en papier. Ce village a progressivement grandit en réputation, lui amenant ainsi des opportunités en terme d'artisanat. Le Festival étant organisé chaque année (au mois d'avril), c'est un avantage puisqu'au travers de cet événement, les commandes de fleurs de lotus en papier augmentent fortement. La visite de deux heures des ateliers (y compris la confection des fleurs, les explications et l'échange avec l'artisan) est de 14 € pour deux personnes. À partir de la troisième personne, le prix est de 2 € 50 par personne. La vente d'une fleur «marguerite» est de 0.50 € par fleur et 1 € pour chaque lotus.

Grâce à la promotion touristique, les fleurs en papier sont de plus en connues. Pour en fabriquer, il faut passer par trois étapes importantes : premièrement, la teinture les papiers et le traitement des tiges ; deuxièmement, le pliage des pétales de fleurs et le collage ; enfin, la confection de la fleur. Les artisans qualifiés réalisent la première et la dernière étape parce qu'elles sont les plus difficiles à faire et car elles conditionnent la durée de vie des fleurs (la durée de la teinture, la souplesse de la tige, la forme de la fleur). En ce qui concerne la deuxième étape, des employés saisonniers sont embauchés à cet effet.

En ce qui concerne les travailleurs amateurs saisonniers, ce sont notamment des collégiens, des lycéens ou des étudiants (entre 13 et 22 ans, filles et garçons) et des gens locaux désirant gagner plus[409]. Les premiers travaillent après l'école pour payer les frais scolaires et acheter les livres. Les saisonniers sont payés 6 € par jour (en pliant 80 feuilles A4 en pétales)[410]. S'ils sont déjà habitués à cette tâche, ils n'ont besoin que de 4 heures pour la terminer ; sinon il faut compter 6 heures. Les

[409] Entretien avec M. Dinh THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

[410] Entretien avec M. Huy THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).

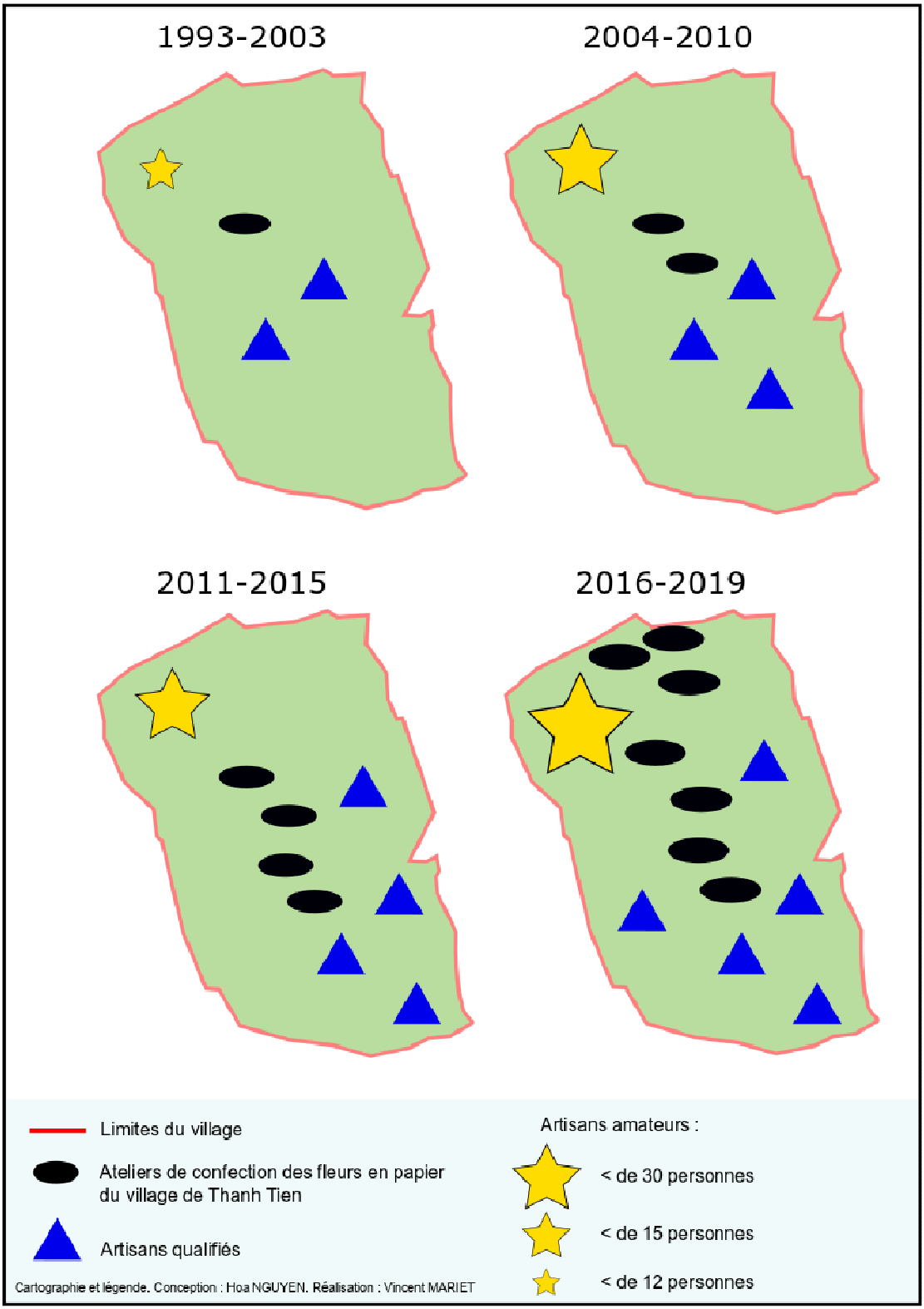
Le commerçant d'une petite épicerie de village gagne en moyenne 4 € net par jour (sur 10 heures d'ouverture de son épicerie).

saisonniers plus âgés travaillent également dans l'agriculture et l'élevage (les hommes travaillent également dans la construction/le bâtiment).

En ce qui concerne les artisans expérimentés de plus de quatre ans, ils peuvent confectionner au maximum 20 fleurs (la dernière étape) par jour. Leur salaire varie de 110 € à 150 € par mois sans compter les emplois supplémentaires, car ces habitants travaillent aussi dans d'autres domaines afin d'augmenter leurs revenus. Quant aux artisans qualifiés (il n'y a que 3 artisans), ils n'ont pas assez de temps pour travailler ailleurs. Leur salaire varie donc de 185 € à 200 €. *«Pour une semaine de Festival (une fois par an), notre chiffre d'affaires s'élève à 510 €*[411]*»*. Lors des saisons creuses, les artisans préparent eux-mêmes le matériel (le traitement des tiges et le plissage des pétales) et n'embauchent pas de travailleurs amateurs.

Ainsi, c'est le tourisme qui fait connaître ce village et qui valorise le métier artisanal. Progressivement, ce sont plus de familles qui exercent ce métier de manière professionnelle et qui commencent à accueillir les touristes. Indirectement, les activités touristiques contribuent à la promotion de ces produits traditionnels. De ce fait, les commandes de fleurs de papier augmentent. Cela crée beaucoup de travail pour les habitants locaux et mobilise un grand nombre de saisonniers lors des hautes saisons (Festival au mois d'avril, fêtes bouddhistes au mois d'août, nouvel an vietnamien). Ils ne s'engagent cependant pas dans l'exercice à long terme de ce métier une fois qu'ils ont fini leurs études. La recherche d'artisans qualifiés souhaitant poursuivre ce métier est alors une préoccupation majeure. Le recours au développement touristique permettrait donc de motiver davantage la volonté de conservation de ce métier.

411 Entretien avec M. Huy THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, décembre 2016, juin et juillet 2017, février et mars 2018).



Carte 23 : Évolution des ateliers artisanaux, du nombre d'artisans qualifiés et du nombre d'artisans amateurs (employés saisonniers) au village de Thanh Tien.

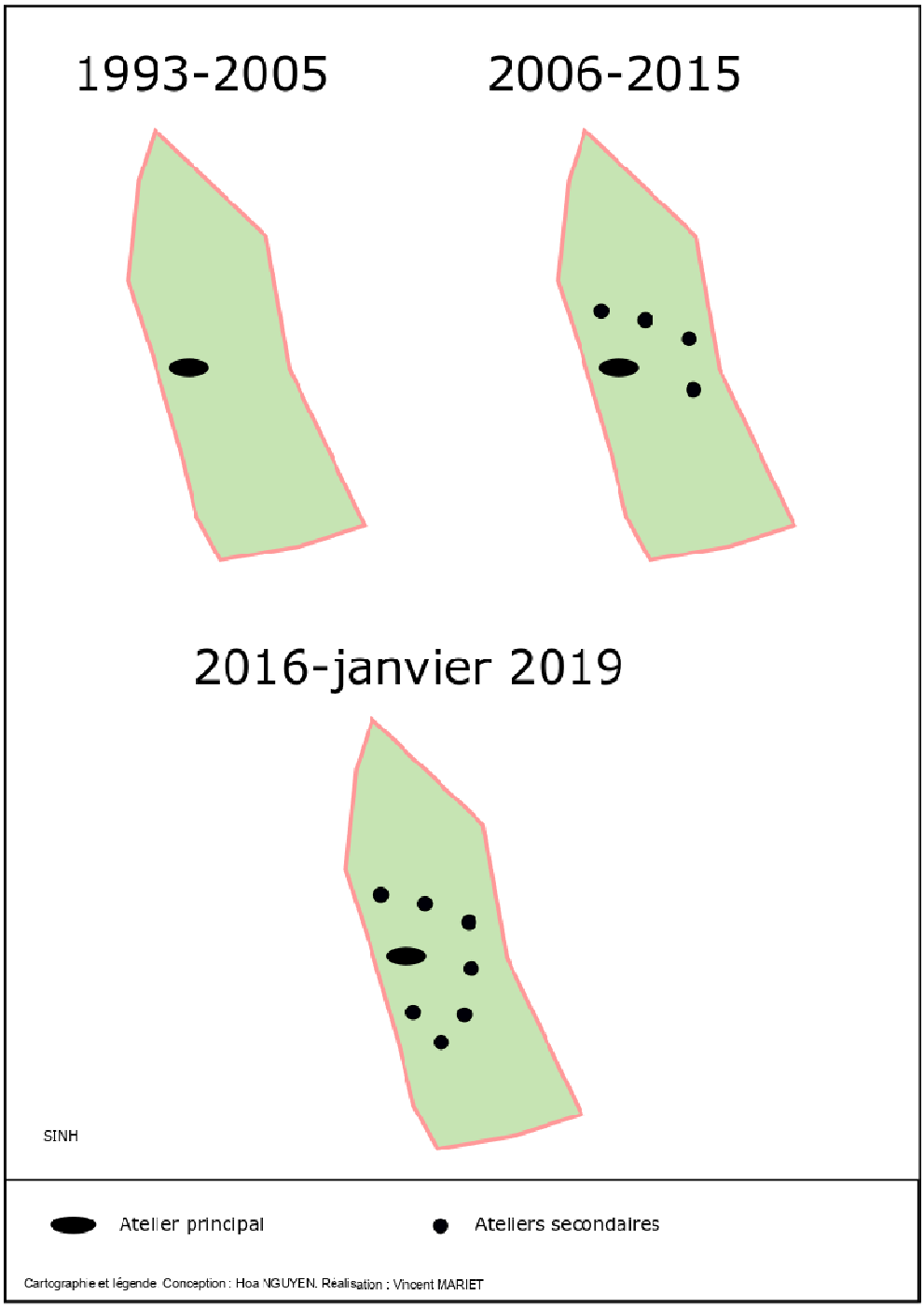
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

<u>Village de Sinh</u> : La vocation du tourisme ne réside pas seulement dans l'économie mais aussi dans la sauvegarde des valeurs traditionnelles.

L'objectif le plus important au travers de la mise en place des activités touristiques au village de Sinh ne réside pas dans la création de nombreux emplois pour les autochtones, mais bien dans le moyen de valoriser le métier artisanal et de le conserver à long terme. C'est un métier véritablement attaché aux croyances populaires. Son originalité vient de la technique de fabrication des papiers en coquillage et de la signification des dessins «homme-remplaçant» liée aux superstitions.

Les touristes visitent ainsi le village par curiosité de découvrir la signification des dessins «homme-remplaçant» et par le désir de rencontrer le «héros» du lieu (l'artisan Huu Phuoc KY). Le prix d'une visite de 2 heures (y compris la confection des produits artisanaux) est de 1 € par personne. Un dessin coûte aussi 1 €. La confection des produits artisanaux ne se déroule que dans un seul atelier principal. Les histoires du métier et du village partagées par M. KY attirent beaucoup les touristes. De ce fait, d'autres petits ateliers sont mis en place. Cependant, leur objectif principal reste de fabriquer de manière professionnelle des objets en papier pour s'en servir comme des offrandes de cultes. Après la visite de l'atelier principal, les touristes peuvent visiter les ateliers secondaires pour observer la manière de confectionner d'autres objets miniatures en papier (maison, voiture, vêtements, etc.). Les habitants locaux travaillent également dans les rizières et font du petit commerce dans le village. Les activités touristiques ne sont pas véritablement développées. Le revenu moyen de l'habitant vient seulement de la fabrication des offrandes en papier et de l'agriculture.

En conclusion, le tourisme joue un rôle important de promotion de l'image culturelle d'un métier artisanal se trouvant à l'« agonie », en invitant les touristes à venir confectionner des dessins en papier de coquillage. Mais le tourisme ne se développe pas, c'est un cercle vicieux. Faire varier les activités touristiques dans les zones rurales s'avère alors indispensable. Ceci favoriserait ainsi la coordination des activités rurales et donc la découverte des traditions et des coutumes des autochtones.



Carte 24 : Évolution des ateliers artisanaux secondaires au village de Sinh.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

<u>Thuy Xuan</u> : Le tourisme améliore, de façon directe, les revenus des autochtones. Se pose ainsi la question : faut-il un tourisme de masse ou un tourisme culturel ?

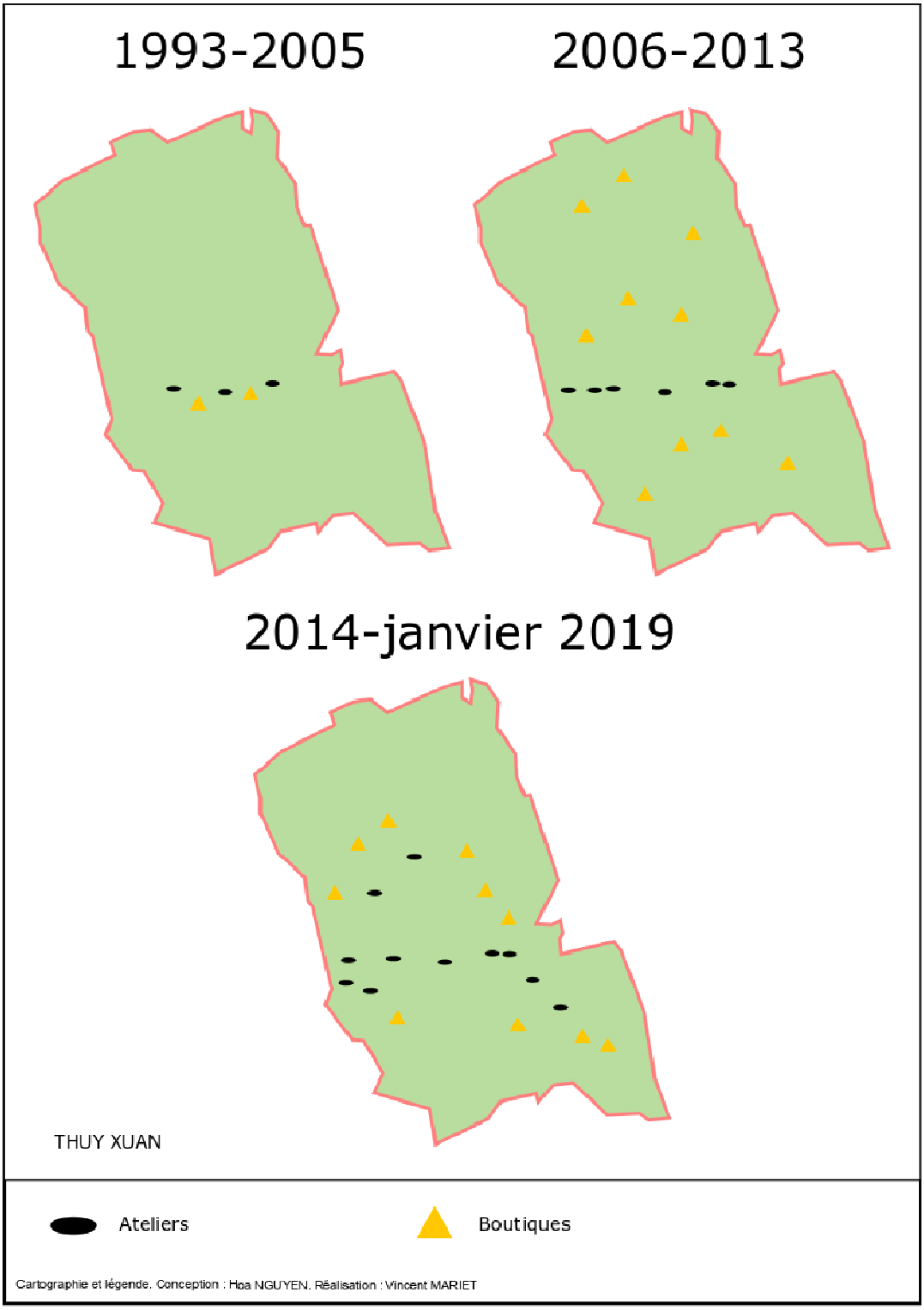
Avant l'installation des ateliers de bâtons d'encens, les habitants locaux travaillaient dans plusieurs domaines (gardiens de monuments historiques, jardiniers, bricoleurs…). Le niveau de qualification requis des emplois occupés par les villageois reste en effet limité, les salaires mensuels obtenus sont faibles[412]. Plus le tourisme culturel et patrimonial est demandé, plus l'expansion de boutiques de souvenirs se développe. Au départ, les boutiques (comme les bars-tabacs-souvenirs en France) avaient pour but de vendre des souvenirs de Hué et des boissons fraîches aux touristes.

Au fil du temps, les artisans travaillant dans leur propre foyer ouvrent un petit atelier (l'endroit fait en même temps atelier et boutique). Elles peuvent donc exercer leur travail tout en vendant des souvenirs. D'une part, les touristes (les voyageurs spontanés ou les touristes envoyés par les agences de voyage) ont facilement accès aux ateliers pour pratiquer la confection des bâtons d'encens de manière traditionnelle (à la main). D'autre part, les vendeurs/artisans locaux développent les marchandises et attirent plus les touristes, en appelant à travailler ensemble les autres ateliers traditionnels comme ceux de la confection de chapeaux coniques, de cerfs-volants et d'éventails en papier. D'autres services touristiques sont également développés au village et organisés individuellement (*home stay*, location de vélos, restauration familiale, etc.). Le travail dans les rizières, l'élevage, la vente des fruits et des légumes «du jardin-maison» et bio venant de leur propre jardin potager… apportent aux habitants différents revenus.

Ainsi, le tourisme apporte des avantages économiques directs aux autochtones. Grâce au patrimoine touristique représenté par les monuments à proximité, les services font se créer beaucoup d'emplois pour les autochtones et contribuent à lutter contre le chômage. De ce fait, le revenu mensuel de la population locale s'est bel et

412 CHABOUD, C., MÉRAL, P., ANDRIANAMBININA, D., «Le modèle vertueux de l'écotourisme : mythe ou réalité ? L'exemple d'Anakao et Ifaty-Mangily à Madagascar», *Mondes en développement*, Volume 32, n° 125 : Tourisme et développement, 2004.

bien positivement amélioré. Un grand nombre de touristes visite les ateliers (par exemple : un groupe de 20 personnes pour une machine à faire les bâtons d'encens). Quelques personnes expérimentent ce métier tandis que les autres les observent ou choisissent d'acheter des souvenirs. Dans certains cas, les touristes dépassent l'heure de visite des monuments historiques à proximité des ateliers, qu'ils visitent ensuite rapidement pour acheter des souvenirs et des boissons. Le seul avantage est donc la vente de nombreux articles car le touriste « va-et-vient » ne peut rester plus longtemps et découvrir la foi et la religion liées aux bâtons d'encens et qui font toute la beauté culturelle du village. La confusion entre le tourisme «de masse» de découverte des patrimoines culturelles et le tourisme culturel «authentique», peut aller à l'encontre de l'éthique du tourisme et causer de mauvais effets quant à la conservation des valeurs culturelles locales.



Carte 25 : Évolution des ateliers artisanaux et des boutiques de souvenirs au village de Thuy Xuan.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

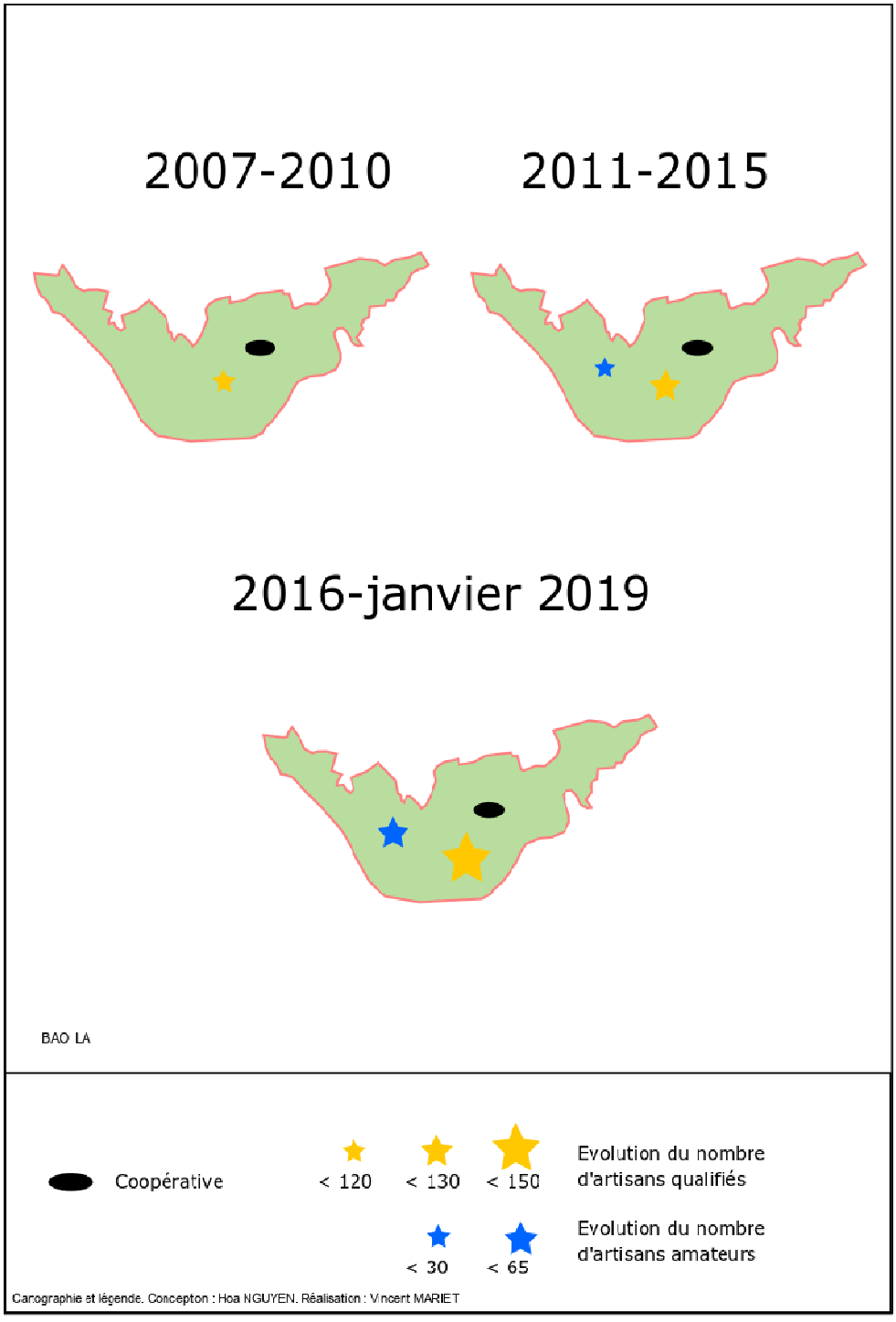
<u>Bao La</u> : Le tourisme contribue, de manière indirecte, à l'augmentation de la production de produits artisanaux pouvant cependant négativement évoquer les problèmes de protection environnementale (notamment l'exploitation excessive du bambou).

Les indicateurs sociaux permettent d'évaluer, dans quelle mesure le tourisme peut-il s'insérer dans le milieu et les habitudes de vie des populations locales, de manière à ce que le tourisme se développe parallèlement aux autres secteurs d'activités économiques et bénéficie directement au développement local[413]. Le succès des Festivals et l'inauguration de la Coopérative de vannerie en 2007 influencent énormément la mise en création d'emplois pour les autochtones, notamment les femmes au foyer. Les femmes d'intérieur, qui souvent travaillent dans l'agriculture et l'élevage (en fonction des saisons de récolte qui les occupent ou non), cherchent des petits emplois à mi-temps afin de combler les saisons creuses.

Depuis 2007, les employés (dont 80 % de femmes) sont formés à ce métier. Par le biais des Festivals, les expositions mettent progressivement les produits de vannerie en valeur. Les produits ne sont pas seulement des objets servant dans la vie quotidienne, mais aussi des objets de souvenirs en bambou, des miniatures de monuments en bambou ou des accessoires en tendance (sacs, chapeaux, etc.…). Le prix de ces produits va de 1 € (petits objets) à plus de 100 € (objets de bonne qualité). La visite des touristes fait largement diffuser, en terme géographique, les produits artisanaux. Alors que les artisans travaillent à plein temps à la Coopérative, les saisonniers sont embauchés davantage pendant les Festivals et le nouvel an vietnamien en raison de la forte demande. Ces saisonniers sont plutôt des personnes âgées ou des femmes qui doivent pouvoir s'occuper de leurs enfants en parallèle. La fabrication des produits traditionnels apporte un revenu stable aux habitants. Cependant, l'excès d'exploitation des matières premières (le bambou, le rotin) va à l'encontre des politiques de développement durable. Une remise en question en ce qui concerne la valorisation du métier traditionnel, la protection naturelle et

413 VELLAS, François et BARIOULET, Hervé, «Les défis du tourisme durable dans les PED», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

environnementale ainsi que le développement durable du tourisme, est préconisée d'urgence.



Carte 26 : Évolution du nombre d'artisans qualifiés et amateurs (employés saisonniers) au village de Bao La.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

III.6.4 Les formations mises en place pour les autochtones

«Le tourisme n'est pas une branche d'activité classique. Il est multiforme, dynamique, coproducteur du produit avec des consommateurs extérieurs, mobilisateur de nombreux services et sensible aux aléas de contextes locaux et des tendances globales. Il est par nature hétérogène, multisectoriel, multiservice, multi-métier et multi-produit. Mais cette hétérogénéité s'inscrit dans une chaîne cohérente transport-hébergement-loisirs-services vendue sous des formes multiples : Internet, services de billetterie à prix discount, séjours organisés, produits packagés[414]*»*. En outre, le développement touristique, qui entraîne le développement et la modernisation des infrastructures locales (école, postes, communications, centres sanitaires, centres de loisirs, routes, électricité, eau potable, etc.), apporte de nombreux avantages aux autochtones. Le tourisme englobe plusieurs domaines et combine les métiers artisanaux au tourisme.

III.6.4.1 Les artisans se forment eux-mêmes et entre eux

Jadis, les habitants se nourrissaient grâce aux revenus de leur métier artisanal. L'industrialisation des produits manufacturés a progressivement faire perdre à l'artisanat sa place dans le marché de la consommation. La recherche d'un autre travail était donc évidente

Concernant le cas de Thanh Tien, la confection des fleurs en papiers destinées à la fête du nouvel an se mue est un travail saisonnier (deux mois : novembre et décembre, selon le calendrier lunaire). Durant ces deux mois, tous les membres de la famille sont rassemblés afin de travailler ensemble. La formation se déroule de père en fils. Les artisans les plus âgés ont appris aux jeunes à réaliser les fleurs. Les plus jeunes commencent à confectionner les petits éléments, comme par exemple coller les pétales.

Au village de Sinh, le métier est plus particulier car il nécessite des sceaux spéciaux utilisés pour la réalisation des dessins sur le papier de coquillage. L'artisan

414 LAURENT, Alain, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

Huu Phuoc KY a dissimulé ses sceaux ainsi que les secrets hérités de ses ancêtres. Il transmet sa volonté de conservation des métiers et de leurs techniques aux jeunes générations du village et aux apprentis venant d'autres régions. Son objectif est de diffuser le plus largement possible ce métier, géographiquement et humainement). Les autres foyers développent ce métier au sein même du village. Ils fabriquent des objets en papier servant pour les cultes : maisons, motos, voitures, vêtements, etc.... Ce fait est lié aux croyances populaires des habitants de Hué, pensant que faire des offrandes aux morts nécessite la possession de tous les biens matériels nécessaires pour pouvoir vivre dans l'au-delà.

En ce qui concerne le village de Bao La, la Coopérative de vannerie fondée en 2007 devient par la suite une société où travaillent de nombreux habitants, notamment les femmes. Les artisans les plus qualifiés forment les artisans amateurs.

Au village de Thuy Xuan, les techniques sont plus simples. L'important dans ce métier est de trouver les ingrédients les plus parfumés pour les mélanger à la pâte. Les artisans âgés forment les jeunes. Ce travail se transmet de mère en fille.

Le métier de la poterie au village de Phuoc Tich demande plus de technique et de matériel. Beaucoup de jeunes du village sont partis ailleurs afin de trouver un autre travail. Les artisans les plus âgés éprouvent des difficultés à transmettre ce métier à leurs successeurs. Ils forment donc les femmes à ce métier.

Pour résumer, afin de conserver les métiers (dans un sens économique et/ou simplement de pérennisation de la culture locale), les autochtones essaient à tout prix de transmettre ce métier aux jeunes générations afin qu'ils en héritent et se l'approprient (membres de la famille, jeunes du village, personnes venant d'autres régions), et pour que cette tradition ne disparaisse pas. Les artisans qualifiés plus âgés rencontrent beaucoup de difficultés dans le fait d'encourager les jeunes à poursuivre ce métier car ces derniers souhaitent travailler dans d'autres domaines pour gagner leur vie. Les formations se déroulent de manière informelle et spontanée : les artisans qualifiés accueillent au cas par cas les jeunes souhaitant être formés. Au village de Thanh Tien par exemple, le travail est saisonniers et avant le nouvel an vietnamien, les artisans embauchent informellement les jeunes et les paient à l'heure. Les premiers forment sur place les jeunes embauchés pour réaliser

les petits éléments de la fleur (les étapes qui demandent peu de qualification). Au village de Sinh, le célèbre artisan Huu Phuoc KY transmet ses secrets professionnels, à sa famille et aux jeunes. Les apprentis viennent chez lui pour apprendre à sculpter sur les sceaux en bois, à mélanger des ensembles de couleurs et à faire les papiers de coquillage.

III.6.4.2 Les agences de voyage commencent à s'approprier les projets touristiques dans ces territoires

Les projets touristiques ont été entrepris en premier lieu par les agences de voyages dans les villages de métiers artisanaux. Ces sociétés investissent en matière de financement afin d'organiser des cours de communication, de savoir-être et des formations d'accueil des publics. Les entreprises touristiques jouent un rôle important quant aux impacts socioculturels qui se produisent dans les destinations, en ce qu'elles servent d'intermédiaires entre les touristes et les membres de la communauté locale[415]. Les agences de voyage participent à la promotion des villages de métiers artisanaux et à la mise en valeurs des cultures locales en créant des circuits touristiques. Elles s'engagent donc à former les habitants locaux dans la communication et l'accueil des touristes. Ces derniers choisissent les circuits en fonction d'où les orientent les agences de voyages.

Les entreprises touristiques influencent les expériences culturelles que les touristes retiennent de leurs vacances, grâce aux activités culturelles qu'ils promeuvent ou choisissent d'intégrer dans leurs produits. En offrant aux touristes des interactions sociales uniques et authentiques lors de leurs vacances, les entreprises peuvent améliorer l'expérience clients et construire leurs valeurs de marque ainsi qu'une réputation positive parmi les consommateurs[416]. La formation s'établit entre plusieurs acteurs : les agences informent des connaissances générales sur les destinations auprès des touristes et les agences de voyage forment les artisans en matière de professions touristiques. Entre les touristes et les habitants, c'est un partage mais aussi une interaction des cultures.

---

415 COLLECTIF, *Tourism at world heritage cultural sites : the site manager's handbook*, Paris, ICOMOS, 1993.

416 Ibid.

Les agences sont considérées comme les prestataires des circuits. Les villages de métiers artisanaux jouent le rôle de récepteurs des touristes. Les touristes expérimentent et échangent leur culture avec les autochtones. Ceci forme alors un cercle d'interactions réciproques entre les trois publics, en matière de formation des connaissances culturelles, des savoir-faire et des savoir-être.

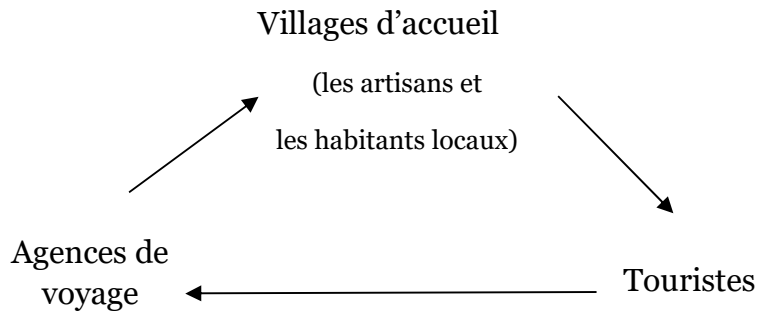


Schéma 9 : Interaction de formations culturelles entre les trois facteurs. Source : Hoa NGUYEN, 2019.

Les professionnels organisent des activités touristiques dans des villages avec l'aide des habitants locaux. Au travers de ces spectacles, les premiers forment les seconds dans la manière d'organiser des activités et d'interprétation des spectacles historiques (en vietnamien). *«Nos employés sont venus dans les villages de métiers artisanaux afin d'y effectuer une étude de terrain avant d'y mettre en place les circuits. Après le travail de terrain, nous nous échangeons les programmes de circuits. Pour que les activités soient professionnelles, la réception et la communication doivent être ordonnées. Nous avons par conséquent formé les habitants à bien présenter leur village et leur métier de manière cohérente et professionnelle*[417]*»*.

Ainsi, les agences de voyage s'investissent dans les projets touristiques au sein des villages de métiers artisanaux. Elles prennent conscience que créer des activités professionnelles, c'est former les habitants locaux à la communication et à l'interprétation touristiques. Leur rôle est très important en ce qui concerne leur promotion de l'image des villages et dans leur contribution à la valorisation des

417 Entretien avec Mme. Huyen Ngan TRUONG, responsable de l'agence de DulichViet (travail de terrain de 2016 à 2018).

cultures indigènes en faveur du développement touristique. Il en découle par conséquent une création d'emplois au bénéfice de la population locale.

III.6.4.3 L'élément pivot du maintien des métiers artisanaux: la prise en compte de l'importance des formations pour les artisans selon les administrateurs

Les administrateurs, qui constituent le dernier facteur, participent au jeu du développement du tourisme local. En effet, le Service de l'Agriculture et du Développement rural et l'Association de l'agriculture de la province de TTH ont mis en place des formations concernant les métiers artisanaux et l'agriculture, en faveur des artisans. Ces derniers sont invités à suivre ces formations organisées deux fois par an. L'objectif de ces rencontres consiste à informer les artisans de la mise à jour des documents administratifs portant sur les politiques de développement des métiers au sein du monde rural.

En outre, l'Association pour le tourisme et le Service du Tourisme de la province de TTH organisent tout en les encourageant les artisans et les habitants locaux à participer plus activement aux formations en termes de communication, de services, de guides touristiques dans le but de mettre en place les circuits touristiques dans les villages de métiers artisanaux.

Le Service du Commerce de la province de TTH informe les artisans des démarches administratives à suivre en vue de faire du commerce des produits artisanaux et de les faire participer aux festivals d'expositions des métiers traditionnels dans la province et dans les autres régions du Vietnam. Il investit également en matière de financement des cours en fonction de chaque métier, au cours desquels les artisans locaux apprennent de nouvelles techniques, s'échangent leurs expériences, et sont informés des nouveaux modèles et tendances de l'art contemporain. Ce service a aussi pour vocation d'envoyer les artisans qualifiés suivre des formations supérieures dans les autres régions afin d'approfondir leurs connaissances professionnelles du métier.

Le Département d'organisation des Festivals et le Service des affaires étrangères de la province de TTH se coordonnent pour lancer des projets permettant d'inviter des artisans venant d'autres provinces du Vietnam et de l'étranger. Ils peuvent ainsi participer aux Festivals de Hué. Les artisans locaux sont donc

constamment informés des projets en cours. Ceci favorise par conséquent les rencontres entre les différents acteurs, le but étant que les villages de métiers artisanaux coopèrent ensemble.

L'Association des métiers artisanaux du Vietnam organise une fois par an des rencontres de représentants d'artisans venant de chaque province, afin de les informer des nouvelles politiques de développement des métiers traditionnels. En outre, les meilleurs artisans qualifiés sont invités à recevoir des récompenses et des certificats, ceci démontrant ainsi leur dévouement et leurs talents de création de nouveaux produits de haute qualité.

Pour résumer, de nombreux services administratifs de la province sont concernés par le développement des métiers artisanaux en général et par la mise en relation des villages de métiers artisanaux avec le tourisme en particulier. L'objectif principal est de pérenniser les métiers artisanaux en développant le tourisme culturel dans les communautés et en valorisant davantage les traditions ainsi que les coutumes indigènes locales. Les administrateurs s'inscrivent donc dans les projets de lancement des formations (selon plusieurs plans) en faveur des artisans. Ces derniers continuent d'exercer leur métier de manière traditionnelle tout en participant aux affaires touristiques. De ce fait, davantage d'emplois sont apportés aux habitants locaux ; cela contribuant ainsi à un investissement accru en matière d'infrastructures dans les villages de métiers artisanaux. Les formations auxquelles les habitants locaux peuvent participer contribuent à enrichir leurs connaissances, leurs savoirs-faire et leurs savoirs-être en matière de métiers artisanaux et de tourisme. Ces différentes activités professionnelles favorisent le développement des interactions des artisans, entre les communautés d'une part et les différentes cultures d'autre part.

Conclusion de la troisième partie

Cette partie met en évidence les influences du tourisme dans les écoumènes des métiers artisanaux. Nous remarquons une évolution du tourisme communautaire dans la province de TTH en parallèle de la préservation des valeurs patrimoniales locales. La mise en place d'hébergements chez l'habitant contribue à modifier les idées que les touristes se font des autochtones. Ils découvrent ainsi leur vie quotidienne et leur métier artisanal *in situ*. Ceci se répercute directement et indirectement sur la création d'emplois pour les autochtones et favorise leur prise de conscience quant à la préservation des valeurs traditionnelles reçues en héritage.

PARTIE IV:

DES DÉFIS MAJEURS AUX PROPOSITIONS À LONG TERME

Introduction de la quatrième partie

Lors du processus de mise en place du tourisme communautaire dans ces villages, quels sont les défis à relever ? Dans cette quatrième partie, nous allons identifier les difficultés majeures par l'intermédiaire des quatre points principaux suivants : Produit, Promotion, Personnel et Éthique. Ces points représentent les quatre facteurs pivots du développement durable du tourisme communautaire. Des propositions sont faites à la fin de notre propos dans le but d'ouvrir à l'avenir de nouvelles orientations.

Chapitre 7: Les défis du processus de développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux

Nous avons analysé dans les chapitres précédents le contexte actuel du développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de TTH. Nous remarquons que le processus de développement s'appuie sur des facteurs «pivots» tels que la localisation des villages, la promotion de l'image touristique, la qualification professionnelle des artisans, l'investissement des habitants dans le tourisme local et la variété des activités touristiques. Dans l'objectif de développer durablement le tourisme culturel-communautaire au sein de la province de TTH, dans le cas précis des villages de métiers artisanaux, nous nous basons sur les points majeurs identifiés pour relever les défis mis en exergue par l'étude de terrain : Produit, Promotion, Personnel et Éthique. Ainsi, développer le tourisme communautaire en valorisant le patrimoine et en protégeant l'environnement est nécessaire dans le cas du développement durable car *«nous considérons le développement durable comme un projet politique et non comme un concept scientifique, les actes et les discours doivent être abordés comme les propositions émanant d'acteurs, et non comme des connaissances élaborées par une réflexion obéissant à des règles*[418]*»*.

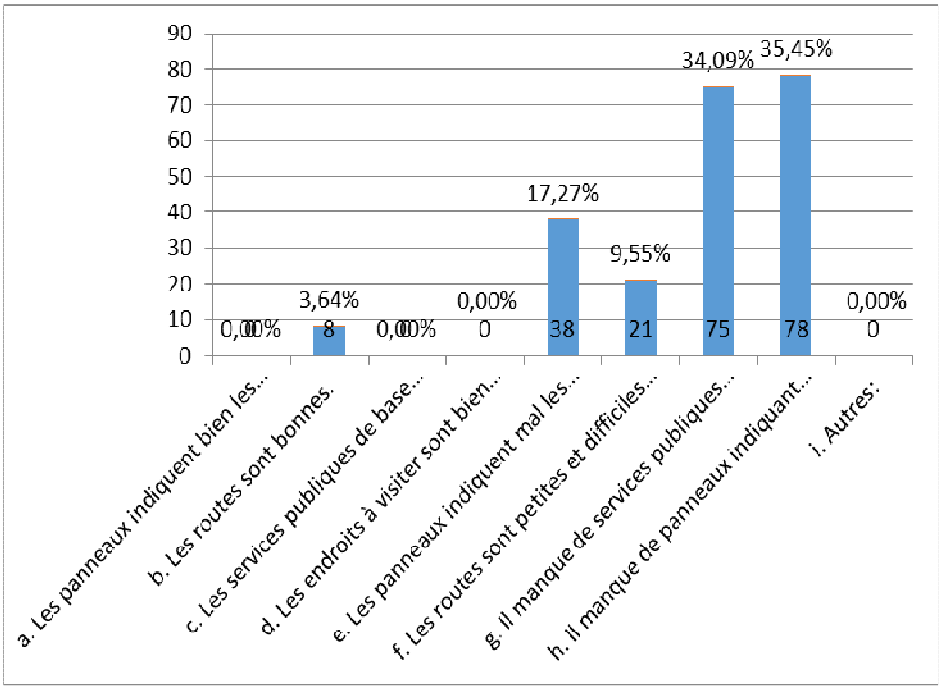
IV.7.1. Place/Produit

IV.7.1.1 La pénurie d'infrastructures publiques

En observant le résultat des enquêtes menées auprès des touristes au village de Phuoc Tich, la plupart déclare qu'il manque des panneaux pour désigner les routes et les lieux de visite (78/86 personnes). Il est de plus difficile de trouver des services publiques (toilettes, parking, poubelles…). Les routes sont mauvaises surtout quand il pleut, à cause des inondations. Les commodités au village sont inexistantes. Lors des grandes fêtes, le nombre de touristes étant plus élevé, il est donc difficile de gérer les transports ainsi que les ordures. Il n'y a pas d'aires de repos ou de pique-nique. Les aires de pique-nique sont en effet indispensables pour les touristes arrivant en petits groupes ou en couple.

---

418 EMELIANOFF, Cyria, KNAFOU, Rémy et STOCK, Mathis, «Développement durable», dans LÉVY, Jacques et LUSSAULT, Michel (dirs), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003.



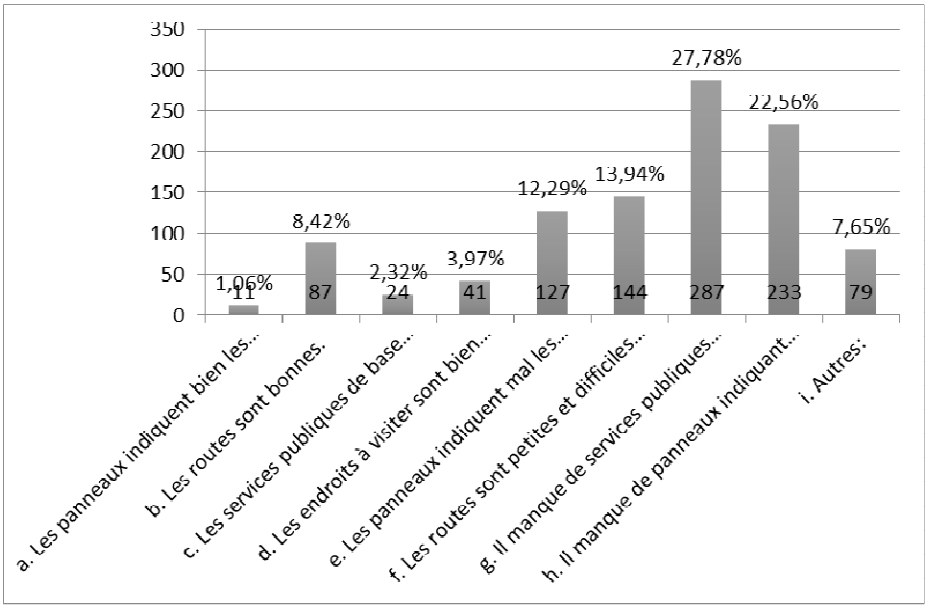
Graphique 50 : Question «Évaluation d'installation des infrastructures dans les villages de métiers artisanaux».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En ce qui concerne les touristes enquêtés dans les quatre villages, les réponses sont similaires à celles des touristes interrogés au village de Phuoc Tich. Les infrastructures ne sont pas assez développées et cela ne facilite donc pas les visites des touristes surtout s'ils sont en individuels.

Le village de Thuy Xuan se situant à proximité des tombeaux royaux, les touristes peuvent donc le trouver plus facilement car les panneaux indiquent correctement où sont les monuments historiques. La localisation et l'environnement sont favorables au développement d'activités en plein air. Cependant, les poubelles et les toilettes publiques sont introuvables. Aucune zone de repos n'a été mise en place. Les touristes cherchent pourtant des endroits plaisants pour se reposer ou manger. Ainsi, ces activités (repos, pique-nique) en zones vertes ne peuvent être contrôlées par les autorités et des dégâts peuvent donc être causés à l'environnement.



Graphique 51 : Question «Évaluation d'installation des infrastructures»

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Dans les villages de Bao La, Sinh et Thanh Tien, la situation est la même (graphique 51). Les infrastructures publiques ne sont pas développées (panneaux, parking, centre d'exposition, système d'eau potable…). Cela ne favorise donc pas l'arrivée de nombreux touristes. Le manque d'infrastructures basiques dans les villages de métiers artisanaux étudiés montrent qu'il y a une insuffisance en terme d'investissements matériels pouvant contribuer au développement durable du tourisme local et à l'amélioration des problèmes sociaux des autochtones.

IV.7.1.2 L'absence d'exploitation du tourisme rural dans ces villages

L'espace rural, à la différence du littoral, n'est pas rare. Sur un plan économique, la fonction première de l'espace rural a toujours été la production agricole, animale et sylvicole. D'autres activités peuvent y être représentées comme l'artisanat et les services dont le tourisme. Mais ces activités ne sont que secondaires

même si elles peuvent, dans certaines zones, représenter davantage que la simple exploitation du sol en termes de revenus et d'emplois[419].

Géographiquement parlant, tous les villages ciblés sont à la campagne, au sein même des espaces ruraux. Le revenu des habitants locaux est faible et ils vivent donc dans la précarité. En parallèle de leur métier traditionnel, les habitants locaux travaillent dans l'agriculture, l'élevage, le bricolage, le petit commerce, etc.. Leur emploi n'est pas stable car leur récolte dépend de facteurs incontrôlables, d'impondérables (pluie, inondation, pénurie d'eau, épidémies).

Le tourisme se présente comme une invention exogène à ces villages[420]. C'est en effet une activité mise en place par les professionnels afin de valoriser davantage les cultures locales et d'aider les habitants locaux à financièrement améliorer leur vie. *«Les rapports entre l'agriculture et le tourisme ont longtemps été conflictuels. Aujourd'hui la tendance s'inverse et bon nombre d'exploitants tendent à prendre leur part de la manne touristique en s'appuyant sur le retour à «l'authentique»[421]».*

Dans les villages ciblés, le tourisme n'est qu'une visite de courte durée (2 heures) ; à l'exception du village de Phuoc Tich (deux types de visite : visite simple de 2 heures et *home stay*). L'activité touristique met l'accent sur la confection des produits traditionnels et l'échange avec les artisans (avec ou sans la visite simple d'autres ateliers et du village). Le nombre d'habitants concernés par ces activités touristiques est donc faible. Ce sont seulement les artisans et quelques habitants qui participent à l'organisation du tourisme dans chaque village. Ces derniers possèdent chacun des atouts hétérogènes comme l'environnement, les cultures et l'histoire. En revanche, ils ont tous un point commun, qui est la ruralité typique de la région. Or, cette beauté n'est pas encore mise en avant dans le tourisme communautaire. Les

---

419 MERLIN, Pierre, *Tourisme et aménagement touristique : des objectifs inconciliables ?*, Paris, La Documentation française, 2008.

420 BLONDY, Caroline, BART, François (dir.), *Les territoires touristiques polynésiens : une lecture géographique de la participation de la société locale au système touristique*, Thèse de doctorat en Géographie, Bordeaux, Université Michel de Montaigne– Bordeaux III, 2010.

421 MACCANNELL, Dean, *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*, Berkeley, University of California Press, 1976.

touristes voulant découvrir la vie quotidienne des locaux au travers de moments « naturels » issus de leur routine restent donc sur leur faim.

Selon les recherches de Spenceley, Ashley et de Kock[422], le tourisme rural apporte des avantages économiques aux habitants locaux. Hormis en ce qui concerne les métiers artisanaux et la confection des produits traditionnels, l'espace rural n'est pas encore mis à la hauteur du tourisme. Le tourisme rural peut pourtant créer davantage d'emplois permanents ou saisonniers. Il peut également apporter au développement rural plusieurs avantages tels que la conservation des métiers traditionnels, les techniques primitives de l'agriculture ou encore la diversification des services de vente et de promotion. La création et la conservation des emplois est une condition extrêmement importante dans les zones rurales où le déclin de l'emploi est souvent endémique[423]. Les touristes s'intéressent beaucoup aux activités rurales car ils souhaitent découvrir la vie des agriculteurs locaux dont les conditions et les outils de travail restent rudimentaires et traditionnelles.

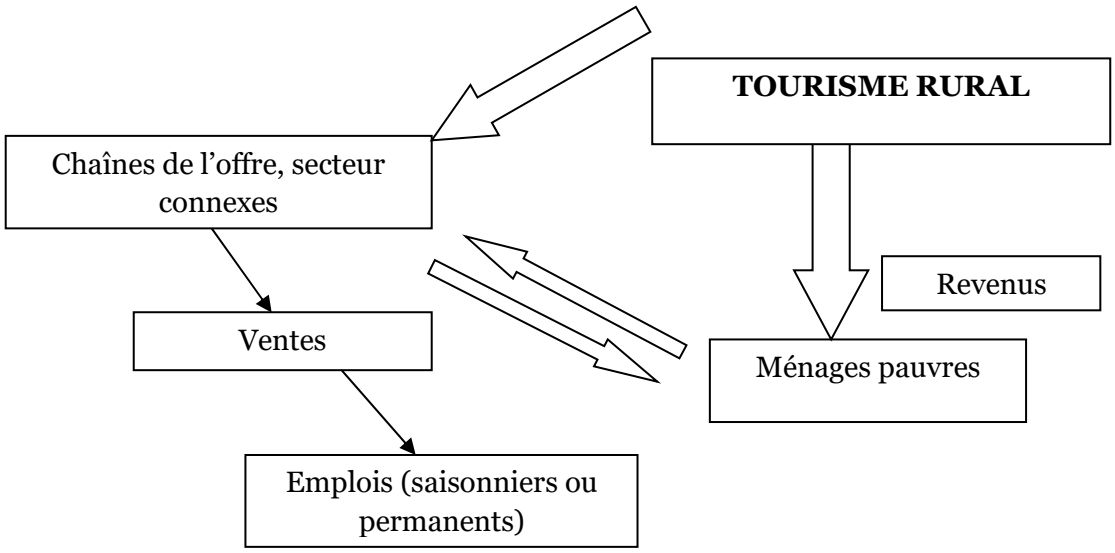


Schéma 10 : La participation indirecte ou directe des populations locales au tourisme.

Source : Spenceley, A., Ashley, C. et de Kock, M. : Tourism led poverty reduction programme training module (Genève, Centre du Commerce international, 2009)[424].

422 SEEDOU, Mukthar Sonko, VELLAS, François (dir.), *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en économie sociale, Toulouse, Université de Toulouse 2 - Le Mirail, 2013.

423 DECOUDRAS, Jean-Marie (dir.), *Tourisme durable et lutte contre la pauvreté*, Paris, Actes du colloque international, 2008.

424 SEEDOU, Mukthar Sonko, VELLAS, François (dir.), *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en économie sociale, Toulouse, Université de Toulouse 2 - Le Mirail, 2013.

La plupart des zones rurales accueillent une faible diversité d'emplois en dehors de l'agriculture et des services de base[425]. En ce qui concerne les cinq villages de métiers artisanaux étudiés, le métier artisanal touche une petite partie de la population locale qui participe également aux affaires touristiques. Pour les locaux, « faire du tourisme », est une activité a priori étrangère à leur quotidien et à leur mode de vie traditionnel[426]. La diversité des activités touristiques contribuent à enrichir les communautés rurales et à maintenir les niveaux de vie des autochtones. On ne peut pas parler du tourisme rural, sans parler des produits artisanaux[427]. Ces derniers occupent en effet une place particulière dans le patrimoine culturel de ces régions et doivent donc être davantage valorisé. De nombreux professionnels ont observé que le tourisme pouvait aider ces activités, à la fois en reconnaissant leur importance et en contribuant à l'achat des produits de l'artisanat local. La sauvegarde du patrimoine (le savoir-faire) a un effet durable sur le tourisme avec tous les effets induits sur l'économie locale[428]. Elle a de plus toujours une double dimension : l'une vise à préserver l'identité des territoires, l'autre concourt à l'activité économique et à l'emploi.

Les attentes des touristes ont beaucoup évolué. Ils cherchent à découvrir des activités dites « hors des sentiers battus », soit la recherche de circuits de découvertes culturelles indigènes avec immersion dans la vie quotidienne des habitants. Ils essaient de s'approcher des autochtones afin de mieux comprendre leurs traditions, leurs mentalités, leurs habitudes de vie, etc. Le tourisme appelle les visiteurs à balayer les frontières culturelles dans l'objectif de promouvoir une région et ses différences, d'insérer le patrimoine dans la vie économique et sociale de ce territoire, et de les faire participer aux actions solidaires en faveur des locaux. Il importe ainsi de conserver le patrimoine par l'intermédiaire d'animations touristiques et

---

425 SEEDOU, Mukthar Sonko, VELLAS, François (dir.), *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en économie sociale, Toulouse, Université de Toulouse 2 - Le Mirail, 2013.

426 BLONDY, Caroline, BART, François (dir.), *Les territoires touristiques polynésiens : une lecture géographique de la participation de la société locale au système touristique*, Thèse de doctorat en Géographie, Bordeaux, Université Michel de Montaigne– Bordeaux III, 2010.

427 SEEDOU, Mukthar Sonko, VELLAS, François (dir.), *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en économie sociale, Toulouse, Université de Toulouse 2 - Le Mirail, 2013.

428 NÉRAUD, Frédéric, «Sauvegarde et valorisation du patrimoine comme outil de développement du tourisme durable», dans Deperne, Hervé (dir.), *Acte du colloque. Le tourisme durable*, Paris, l'Harmattan, 2007.

culturelles[429]. En ce sens, il contribue à développer d'autres activités productives du territoire (l'agriculture, l'élevage, la restauration locale, le commerce…). Tout cela motive les habitants locaux à faire pérenniser leur patrimoine local et à faire progresser leur productivité territoriale.

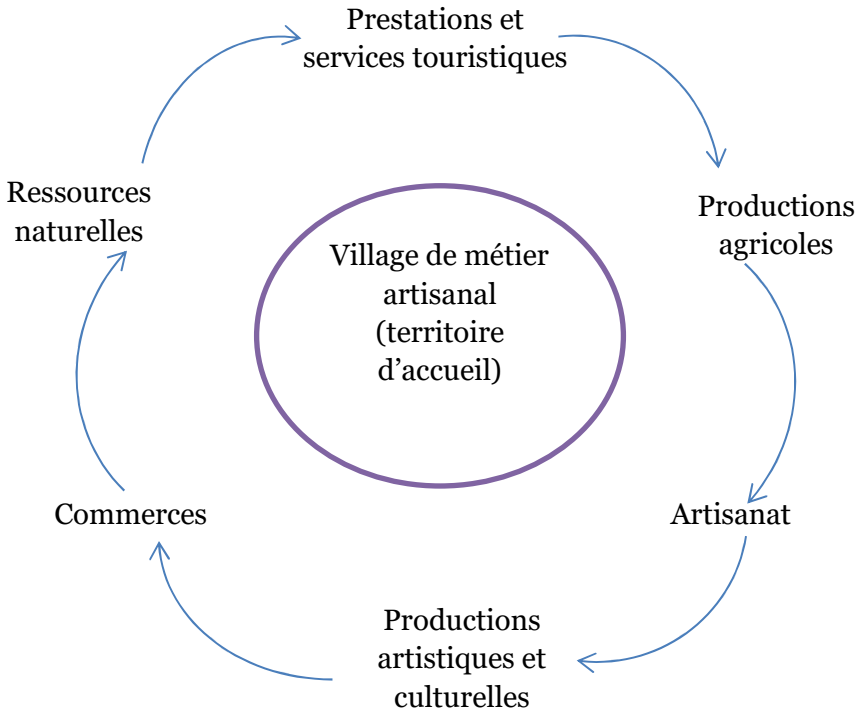


Schéma 11: Fonctionnement des activités du village d'accueil,

Source : Hoa NGUYEN, 2019.

Le développement touristique dans les espaces ruraux met en exergue les éléments majeurs suivants :

- ✓ *La participation de la population locale à l'offre d'activité par le biais de la valorisation des ressources locales (caractère endogène de la base productive de l'activité touristique) ;*
- ✓ *L'intégration des services de tourisme rural (hébergement et activités de loisirs) à une offre plus large de produits et de services complémentaires issus*

[429] Ibid.

du milieu local permettant d'éviter la mono-activité touristique (diversification de la structure productive rurale) ;

- ✓ *La contribution à ce tourisme d'une demande non-massifiée à la recherche d'un contact avec la culture locale*[430].

Le tourisme rural apporte en effet des avantages considérables en faveur des habitants locaux. Cependant, les activités qui s'y rapportent ne sont pas encore mises en valeur. Les activités organisées sont de simples visites guidées avec confection de produits artisanaux. *«La diversification de l'agriculture mettant l'accent sur les formes d'exploitation agricole et de sylviculture respectueuse de l'environnement est quotidiennement encouragée, en soulignant que ces formes d'exploitation constituent des éléments vitaux pour le maintien du caractère et de la qualité du paysage en vue du développement d'un tourisme durable. La coopération avec les zones frontières englobe non seulement des initiatives portant sur la gestion et la protection du patrimoine culturel et naturel mais également sur la recherche, l'éducation et l'aménagement de l'espace dans le cadre de projets touristiques à petite échelle et en particulier sur une démarche commune de commercialisation et d'information. La collecte d'informations de base dans tous les secteurs concernés – nature, patrimoine culturel, paysage sont ou seront accessibles aux visiteurs*[431]*»*.

Dans le cas des villages de Sinh et de Thanh Tien, une seule famille travaille à plein temps son métier artisanal (la famille de l'artisan Huu Phuoc KY au village de Sinh et celle de l'artisan Van Huy THAN au village de Thanh Tien). Au village de Thuy Xuan, plus de cinquante foyers s'intègrent dans le métier artisanal, tout en s'occupant en parallèle des rizières, du commerce, etc.... Un grand nombre d'artisans (114 employés) du village de Bao La travaillent à plein temps à la Coopérative de

---

430 GEMMA, Francès et Tudel, «Le tourisme rural, une forme de développement durable dans les Pyrénées catalanes», dans CLARIMONT, Sylvie et VLÈS, Vincent (dirs.), *Tourisme durable en montagne. Entre discours et pratiques*, Paris, AFNOR, 2008.

431 URTANS, Andris, «Protection du patrimoine naturel et culturel : le projet de développement durable de la Réserve de Biosphère de Vidzeme Nord, Lettonie», dans *Tourisme et environnement : les enjeux naturels, culturels et socio-économiques du tourisme durable, colloque organisé par le Conseil de l'Europe (Direction de l'environnement et des pouvoirs locaux) en coopération avec le ministère letton de la protection de l'environnement et du développement durable*, Strasbourg, Editions du Conseil de l'Europe, 2000.

vannerie. Ils font également de l'élevage pour gagner davantage et vendent des fruits et des légumes récoltés dans leur jardin-potager pour pouvoir les vendre sur les marchés. Dans le cas du village de Phuoc Tich, la population étant relativement âgée, l'activité économique est donc moins développée par rapport aux quatre villages cités ci-dessus, les habitants qui ont l'âge d'exercer professionnellement étant peu nombreux.

Ainsi, dans les villages étudiés, à part le métier artisanal, l'agriculture, l'élevage et le petit commerce, l'arrivée du tourisme ne fait que peu participer la population, l'ampleur reste modeste. Les revenus apportés par ce domaine d'activités restent encore limités, par rapport aux atouts touristiques (dont les activités rurales) de ces villages. La durée des visites est courte et plutôt monotone. Il manque des activités collectives permettant une interaction culturelle entre les touristes et les habitants. En effet, le tourisme rural favorise énormément la participation d'une grande partie de la population locale dans ce domaine. Par conséquent, plus les activités sont organisées, plus la population se mobilise.

Dans les cas d'étude de terrain, les activités touristiques ne peuvent en effet mobiliser que peu d'intervenants locaux car elles se concentrent avant tout sur la confection des objets artisanaux. La mutation culturelle est donc restreinte et plutôt passive. L'exploitation des autres espaces de ces villages motiverait les autochtones quant à l'accueil des touristes et ces derniers auraient donc l'envie de venir visiter les dits villages. Cela jouerait beaucoup sur l'amélioration de l'économie locale. Si la visite ne dure pas plus de 2 heures, la variété des activités en revanche attirent les touristes et les appellent à rester plus longtemps aux villages. La découverte des espaces rurales amène les touristes à s'immerger dans la vie rurale des autochtones, notamment au travers de la diffusion de la cuisine locale et de la mise en valeur des ventes de produits agricoles exotiques.

Selon ces analyses, voici les hypothèses en ce qui concerne le manque de mise en œuvre des activités rurales dans ces villages :

- ✓ Les professionnels n'ont pas encore conscience des richesses importantes que peuvent leur apporter les espaces ruraux en termes touristiques
- ✓ Les administrateurs n'envisagent qu'une politique générale de développement

durable sur le long terme

- ✓ Les associations concernées font des efforts pour accélérer le développement touristique et pour améliorer l'économie des communautés peu développées. Cependant, ces actions restent restreintes faute de financements.

- ✓ Les habitants sont peu dynamiques et se contentent de leur situation actuelle.

Les entretiens effectués avec les acteurs concernés ont dévoilé leurs préoccupations. M. Dung NGUYEN nous a fait part du problème : «*nous avons abordé, dans les réunions, ce sujet – le développement touristique des espaces ruraux, afin de varier les activités tout en créant davantage d'emplois pour les habitants locaux. Nous avons cependant besoin de la contribution de nombreux acteurs dans ce projet, de l'investissement financier de professionnels et de grands groupes d'investissement dans ce domaine. Nous avons commencé par la mise en valeur des villages de métiers artisanaux par le biais des Festivals, afin que les touristes puissent les découvrir. La notoriété de ces villages augmente de manière satisfaisante. Les touristes y viennent mais malheureusement, les revenus issus du tourisme ne sont pas aussi élevés qu'espérés. Ce projet fait partie d'une stratégie à long terme et sera à nouveau abordé prochainement*[432]».

«*Notre société recherche les destinations liées aux découvertes culturelles et traditionnelles indigènes. En outre, notre clientèle de niche s'intéresse aussi à la découverte des espaces naturels où l'on y trouve calme et exotisme. Le contact et l'échange avec les autochtones sont notamment une priorité car au travers de cette interaction, les touristes peuvent mieux comprendre la vie locale. Notre objectif repose uniquement pour le moment à la découverte des métiers artisanaux et des objets traditionnels. Nous ne ciblons pas encore le développement d'autres activités rurales car la durée de séjour des touristes est très courte et ces derniers souhaitent donc profiter au maximum de leur temps pour découvrir de nouvelles expériences à Hué. Nous essayons donc de leur faire faire une petite visite rapide de chaque lieu. Si nous voulons développer d'autres activités afin de rallonger la durée de séjour des visiteurs, il nous faudrait donc établir un système d'investissements : logement –*

[432] Entretien avec M. Dung NGUYEN (Hué, décembre 2016, juin et juillet 2017, mars 2018).

activités – infrastructures. Mais dans le cas de notre société, nous n'avons pas assez d'apports financiers pour tout faire[433]».

« *Le développement rural, en coordination avec le tourisme communautaire, est un projet à long terme demandant une participation accrue de plusieurs Services administratifs de la province (le Service de l'Agriculture et du Développement rural, le Service du Commerce, le Service du Tourisme). Il est de plus indispensable de mobiliser et d'encourager foyer par foyer l'acceptation et la participation à ce projet. Ce travail est le plus difficile car cela peut bouleverser le rythme de vie actuel des habitants locaux. Enfin, les financements concernant la rénovation des infrastructures rurales restent toujours faibles*[434]».

Selon M. Van Luc TRAN, les agences de voyage ne démontrent pas encore leur dynamisme et leur flexibilité dans le domaine de la création de circuits touristiques. Il ajoute que «*le problème majeur pour le tourisme à Hué est la courte durée de séjour des touristes. Les visites sont donc simples et monotones. C'est un cercle vicieux. La promotion et la qualité des produits touristiques sont très importantes afin de donner aux touristes l'envie de prolonger leur séjour à TTH. L'investissement rural demande un budget conséquent et nous sommes donc à la recherche de grandes sociétés qui pourraient nous aider à alléger ce fardeau. Afin de pouvoir mobiliser les sponsors, il nous faut tout d'abord promouvoir davantage les cultures locales pour qu'ils y trouvent leur compte en termes d'atouts touristiques culturels. Le succès des Festivals nous aide à attirer des investissements hôteliers dans le centre-ville et en zones littorales. Nous espérons voir arriver dans quelques années des investissements dans les espaces ruraux où se trouvent les villages de métiers artisanaux. Les valeurs rurales, patrimoniales et culturelles seront ainsi combinées afin de créer des activités touristiques communautaires plus attrayantes et typiques de la région*[435]».

---

433 Entretien avec M. Thinh HUYNH, employé de l'agence de voyage Vespatour (Hué, juillet 2017).

434 Entretien avec M. Manh Thang DINH (Hué, juin et juillet 2017).

435 Entretien avec M. Van Luc TRAN (Hué, juin et juillet 2017).

En guise de résumé, le manque d'exploitation des espaces ruraux dans les villages de métiers artisanaux est une lacune importante au cours du développement du tourisme communautaire. Ce dernier mobilise davantage les habitants quant à leur participation, à la création d'emplois et la valorisation du patrimoine culturel. Le développement durable se doit de concilier développement économique et protection de l'environnement[436]. Cependant, l'intégration tardive et hésitante du tourisme (dont le tourisme rural) dans le champ du développement durable est due au manque d'investissement dans les infrastructures et aménagements touristiques qui permettraient de mettre en place des activités rurales.

IV.7.1.3 La mise en place de *home-stay*: un projet en proie à de nombreuses difficultés

Actuellement, une seule chambre d'hôte chez l'habitant (le *home stay*) est mise en place, au village de Phuoc Tich. Ce service est financé par les agences de voyage. Les cinq autres maisons-jardins traditionnelles en bois ont été rénovées grâce au budget du Comité populaire de la province et des Services concernés, afin de les transformer en *home stay* à partir de 2019[437]. Les habitants accueillent les touristes et participent aux activités touristiques organisées par les agences de voyage. Toutes ces activités sont déclarées et protégées par la loi en faveur des propriétaires et des touristes. L'exploitation des zones naturelles est également contrôlée et assurée dans le cadre du développement durable des espaces ruraux.

Au village de Thuy Xuan, ce service est développé selon deux types : le *home stay* authentique et le « *home stay* » dit « similaire ». Ce sont néanmoins des établissements financés et organisés par les individus eux-mêmes. Les activités touristiques n'y sont pas inclues. En matière d'activités touristiques, les visiteurs se renseignent auprès des propriétaires de *home stay* ou lorsqu'ils souscrivent à des circuits auprès des agences de voyage. Dans certains cas, les propriétaires des

[436] VU, Thanh Huy, «[Thuc trang hien nay va mot so de xuat cho lang nghe truyen thong tinh Thua Thien Hue [Le contexte actuel et les propositions pour les métiers artisanaux dans la province de Thua Thien Hué]»,Université de Hué, 2010.

[437] Entretien avec M. Dung NGUYEN, vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué (travail de terrain de 2016 à 2018).

chambres d'hôte organisent quelques activités sur-mesure, selon la demande des touristes. Mais c'est une activité illégale car non-déclarée et la sécurité des touristes n'est donc pas assurée. La mise en place d'activités de manière spontanée et non-déclarée par les propriétaires peut causer des risquer aux touristes voire à la protection environnementale et patrimoniale. Ces activités illégales engendrent des problèmes de déclaration d'impôts. Dans les chambres d'hôte, les propriétaires peuvent vendre aux touristes des produits artisanaux à prix modique mais par conséquent de moins bonne qualité. Si la cuisine locale peut être proposée aux touristes, tous les commerces nouveaux ne sont cependant pas toujours déclarés. Enfin, cela peut provoquer une concurrence déloyale et même malsaine entre les individus et les professionnels du marché du tourisme, de l'artisanat, de l'hôtellerie et de la restauration. Dans les trois autres villages (Bao La, Thanh Tien et Sinh) les chambres d'hôtes n'existent pas. Comme dit dans le chapitre précédent, les activités rurales ne sont pas mises en valeur.

Le projet de développer davantage de chambres d'hôte au sein des villages de métiers artisanaux se heurte à de nombreuses difficultés majeures en terme d'aménagement : territorial et environnemental, en matière de constructions écologiques et de protection des espaces ruraux, en ce qui concerne la préservation de l'identité patrimoniale et culturelle indigène ; et en terme d'éthique du tourisme selon les acteurs concernés : les habitants locaux, les touristes et les professionnels.

Nous en déduisons ainsi que la mise en place des chambres d'hôte dans les villages de métiers artisanaux, en coordination avec les activités touristiques rurales de l'artisanat, joue un rôle de catalyseur quant à la prolongation de la durée du séjour des touristes. Toutes ces activités ont pour but de développer l'économie des communautés rurales par l'intermédiaire de la valorisation du patrimoine culturel local. Néanmoins, les obstacles rencontrés sont nombreux voire inévitables. Le besoin en financement pour la construction d'hébergements écologiques chez l'habitant est énorme. La coordination entre les activités rurales et l'artisanat demande une participation sérieuse et professionnelle de la part des artisans et des habitants locaux. Faire venir des flux de touristes de plus en plus nombreux, c'est en parallèle développer et entretenir des relations de qualité et de concertation avec les populations locales, le tout équivalant à mettre l'accent sur les enjeux sociaux et les

tensions qui existent afin de les régler ou de les atténuer[438]. D'une part, développer les services d'hébergement et les activités touristiques est indispensable. D'autre part, protéger l'environnement et conserver l'identité sont des missions primordiales. Les enjeux sociaux et naturels vont de pair avec le développement touristique. En ce sens, les «imitations écologiques» des *home stay* qui se développent en parallèle progressivement, vont à l'encontre de l'éthique du tourisme.

Il est ainsi nécessaire de prendre conscience des facteurs positifs autant que négatifs attachés aux projets de chambres d'hôte. Actuels ou sur le long terme, les problèmes à gérer sont nombreux : respect de l'identité de la population locale, de la société rurale et traditionnelle, des espaces naturels, de l'environnement et de l'économie locale. Le développement du tourisme communautaire, qui voit se mettre en place des hébergements chez l'habitant, est strictement lié à la conservation de l'aménagement environnemental actuel sans pour autant qu'il ne pervertisse les caractéristiques typiques des territoires ruraux de la province.

IV.7.1.4 Variété des produits touristiques: la difficulté d'allier culture passée et culture contemporaine

La mise en place du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux exige en corollaire la valorisation des cultures indigènes et de l'identité locale. Selon Lozato-Giotart et Balfet, «*les capacités d'intégration de la vie sociale et culturelle locale ne sont pas toujours suffisantes pour accueillir des touristes qui n'ont aucune connaissance du contexte humain de la destination d'accueil. De nombreux exemples et études montrent l'intérêt de prendre en compte l'impact identitaire des activités touristiques sur les sociétés et les territoires d'accueil. Le terme même d'impact implique que la société d'accueil est considérée comme une cible touristique à travers ses coutumes et traditions*[439]». La sauvegarde de l'identité et de la culture locales sont une priorité car la mondialisation a tendance à plus ou moins se faire mélanger les valeurs traditionnelles et modernes : c'est en effet au lors d'activités touristiques que les différences cultures s'entrecroisent.

---

438 IREP, Virgile, *Atouts et limites du tourisme durable dans la Caraïbe micro insulaire. L'écotourisme*, Paris, L'Harmattan, 2010.

439 LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre et BALFET, Michel, *Management du tourisme. Territoires, systèmes de production et stratégies*, Paris, Pearson Education France, 2007.

La variété des produits touristiques au sein des villages de métiers artisanaux engendre un problème majeur. En effet, l'intégration des valeurs traditionnelles neutralise le sens de la créativité car les activités touristiques tendent alors à imiter sans discernement l'image du temps jadis. Autrement dit, la reproduction sans fin d'activités traditionnelles similaires (comme par exemple les spectacles) ne favorise plus la capacité à produire de nouvelles activités, plus attrayantes. En ce qui concerne l'artisanat, la répétition des mêmes modèles et motifs basés sur ceux du passé limite le sens de création et d'adaptation des autochtones aux situations contemporaines. Les objets de poterie du village de Phuoc Tich sont peu développés au niveau des modèles et motifs de décoration des articles, si l'on compare avec les produits de poterie de Bat Trang. Les modèles contemporains, qui reprennent une variété de motifs traditionnels (phénix, lotus, tortue, bouddha, etc.), attirent davantage de clients cherchant à faire des achats variés.

Le fait de coordonner l'utilisation des techniques traditionnelles et la confection des différentes sortes de fleurs en papier (notamment les fleurs servant pour les fêtes cultuelles traditionnelles comme les chrysanthèmes jaunes, les œillets d'Inde, etc.), serait plus intéressante pour les touristes. Cela leur ferait découvrir d'autres coutumes et traditions cultuelles des autochtones. Les touristes pourraient ainsi mieux comprendre l'importance des autels de culte dans les maisons, et les périodes de culte de chaque foyer au cours de l'année lunaire.

Le parfum des bâtons d'encens (village de Thuy Xuan) provient du mélange des pâtes de bois précieux utilisées. Ce parfum chasse les mauvaises odeurs et purifie l'environnement souillé par les mauvais esprits, dans les pagodes ou dans les maisons[440]. Toutefois, l'utilisation des bâtons d'encens se révèle bien plus variée : culte, décoration, parfumerie ne sont que quelques exemples. Le mélange de plusieurs parfums dits « modernes », à base de plantes locales, est donc effectué lors de la fabrication de la pâte des bâtons d'encens. L'organisation des spectacles folkloriques au village de Phuoc Tich devrait s'inspirer des histoires du passé tout autant que celles du présent. En ce sens, les touristes pourraient donc comparer les deux aspects sociaux (complémentaires, opposés, voire les deux à la fois), traditionnel

[440] Dans la croyance populaire, les mauvais esprits émettant de mauvaises énergies (« mauvaises odeurs »), ce sont donc les bâtons d'encens qui peuvent les faire fuir grâce à leur parfum.

et contemporain. Les touristes peuvent également suivre, au travers de ce mélange, l'évolution historique et culturelle ainsi que la diversification des coutumes et des mentalités des autochtones.

Enfin, le fait d'allier valeurs culturelles traditionnelles et contemporaines au sein d'activités touristiques exige de la flexibilité, de l'habilité et de la subtilité de la part des organisateurs, des artisans et des habitants locaux. Dans le cas contraire, les touristes pourraient se méprendre sur l'intention de la population locale et n'arriveraient pas à distinguer les caractéristiques culturelles typiques des territoires, de par la combinaison maladroite des valeurs culturelles.

IV.7.2 Promotion

IV.7.2.1 Le manque de médiation culturelle

La médiation «*représente un impératif social majeur en ce que, sans elle et sans la mise en œuvre de leurs institutions et de leurs structures, la dimension collective et institutionnelle de l'existence sociale ne pourrait faire l'objet d'une reconnaissance, ni d'une appropriation par les acteurs de la sociabilité*[441]». Ce terme a été utilisé dans les réflexions muséologiques[442]. «*À partir du XXe siècle, la médiation culturelle se développe dans les musées, dans le but d'éduquer les populations*[443]». Dans les cas des villages ciblés, la médiation culturelle ne se manifeste qu'à travers les activités de confection des produits traditionnels. L'artisan transmet les connaissances de son métier et fait des récits au touriste. Chaque période d'évolution de l'histoire représente une des différentes cultures du territoire.

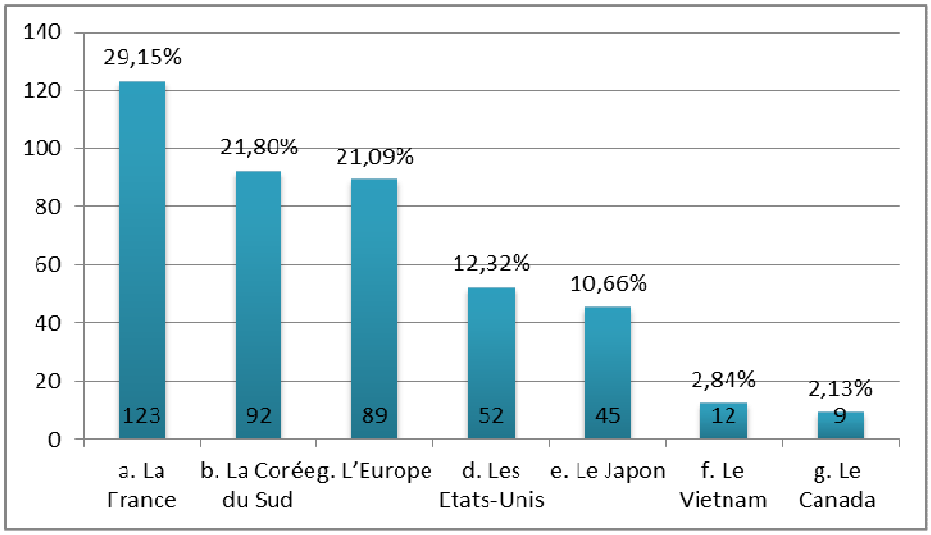
Plusieurs manières de faire existent quant à la transposition, dans de nouvelles expériences touristiques, de ce qui fait la culture indigène. «*Comme toute notion à la mode, le terme de «médiation culturelle», devient difficile à cerner. Sa définition oscille entre deux extrêmes : d'un côté, une approche théorique très générale mêlant*

441 LAMIZET, B., *La médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1999.

442 CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

443 RASSE, P., «La médiation entre idéal théorique et application pratique», *Revue Recherches en* communication, n° 13, 2000.

les sciences sociales à la philosophie ; de l'autre, des descriptions, des comptes rendus d'expérience très pragmatiques, centrés sur les réalisations novatrices du moment et parfois leur analyse[444]*»*. Expliquer, décrire et observer des objets artisanaux dans les ateliers est une méthode possible d'éducation envers les touristes qui n'ont pas forcément les mêmes références culturelles et qui souhaiteraient découvrir de nouveaux aspects du territoire où ils se trouvent.



Graphique 52 : «Question : D'où venez-vous ?»

422 enquêtés dans les cinq villages de métiers artisanaux.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

D'après les résultats de l'enquête, la plupart des touristes visitant ces villages viennent de France. Hué est une ville francophone et attire par conséquent beaucoup de touristes francophones. La diversité culturelle de Hué est depuis toujours un catalyseur du développement touristique. La Corée du Sud occupe le deuxième rang. Ce créneau de clientèle s'intéresse à la découverte des valeurs culturelles au travers notamment de la vie quotidienne des autochtones. Les touristes japonais comblent les « trous » du marché touristique par le biais de coopérations culturelles et éducatives entre la province de TTH et des ONG japonaises. Quant aux Vietnamiens, ils ne s'intéressent pas particulièrement aux villages de métiers artisanaux. Il semble qu'ils soient plus attirés par les monuments historiques de Hué. Les Vietnamiens

444 RASSE, P., «La médiation entre idéal théorique et application pratique», *Revue Recherches en* communication, n° 13, 2000.

visent directement les lieux les plus connus du territoire, ceux dont ils en ont une image cliché. La médiation culturelle doit accompagner les activités touristiques pour qu'elles deviennent plus intéressantes, attrayantes et compréhensibles. Le circuit touristique peut gagner en notoriété s'il arrive à toucher un public plus large, socialement et intellectuellement diversifié. La médiation culturelle s'avère donc importante pour attirer les touristes. «*La médiation interculturelle est en premier lieu utilisée par les professionnels du social, dans le but d'établir un dialogue et des échanges avec des personnes de cultures différentes*[445]».

Au village de Sinh, lorsque le visiteur se base sur les histoires racontées par l'artisan tout en mobilisant ses propres connaissances pour créer un objet en poterie, le médiateur interculturel se doit d'être ouvert à la diversité culturelle, être libre de préjugés et être doté d'une certaine ouverture d'esprit[446]. Le village de Phuoc Tich possède plusieurs atouts touristiques. Mais les visiteurs se plaignent du manque de médiation culturelle qui pourrait simplifier et/ou orienter leur compréhension du territoire. Le point crucial réside dans l'oubli de cet acteur pourtant indispensable dans les circuits touristiques organisés par les agences de voyage. «*Il est un acteur social qui est souvent connu par la communauté de laquelle il est originaire comme un référant, un itinéraire, un conseiller, un écrivain public. On ne se limite pas seulement au fait qu'il facilite la communication ou l'éclairage de deux cultures et de deux langues*[447]». La variété de la médiation est indispensable, en ce qu'elle accompagne le touriste dans sa compréhension de l'évolution historique du métier et du territoire. «*La médiation interculturelle se définit comme une démarche qui prend en compte l'ensemble des cultures d'origine des individus qu'elle met en*

445 CURIE, Raymond, «Interculturalité et citoyenneté à l'épreuve de la globalisation. Enjeux et intérêts des échanges entre la culture française dominante et les autres cultures, face à l'ouverture des marchés économiques et au développement des politiques libérales», Paris, L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2006.

446 CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

447 DURSUN, N., «Les obstacles dans les relations interculturelles ; La médiation et les missions du médiateur interculturel», *Revue Pensée plurielle*, n° 3, 2001.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

contact les uns avec les autres, elle légitime leurs cultures dans l'échange social et s'efforce de les faire s'enrichir mutuellement[448]».

Dans le cas du village de Thuy Xuan, la confection des bâtons d'encens montre que c'est un métier traditionnel avec une technique primitive. Mais elle fait également s'impliquer les mœurs et habitudes cultuelles de la vie quotidienne des autochtones. «*La médiation interculturelle ne tient pas seulement à la connaissance nécessaire de deux cultures (culture d'origine et culture du pays d'accueil), elle tient surtout à la capacité qu'ont les médiateurs d'établir des ponts, de cerner des zones de rencontre entre deux univers sociaux et culturels et de modifier les représentations mutuelles*[449]».

Les sites touristiques de la province de TTH en général et les villages de métiers artisanaux en particulier manquent de médiations culturelles différentes : spectacles, conférences, etc. *«La médiation consiste à créer des espaces où le public se sent respecté et reconnu dans sa différence, d'abord pour l'attention dont il est l'objet, pour cet effort d'hospitalité de l'institution qui l'accueille, qui tente d'expliquer, d'informer, de traduire*[450]*»*. Certes, au village de Bao La, les touristes suivent les explications des artisans pour confectionner les objets. Mais les activités ne relèvent que peu la curiosité des touristes. Sans une éducation culturelle prodiguée par le guide touristique au moyen de la médiation culturelle, les touristes peuvent donc éprouver des difficultés à comprendre l'essence d'un territoire, comme par exemple au village de Phuoc Tich. Le manque de centres d'expositions de produits artisanaux, servant d'interfaces de compréhension culturelle pour les visiteurs, montre ainsi que le tourisme dans les villages de métiers artisanaux n'exploite que trop peu les valeurs traditionnelles indigènes. Le manque de professionnalisme touristique se traduit par un manque de conscience quant à l'importance de la médiation culturelle.

---

448 DURSUN, N., «Les obstacles dans les relations interculturelles ; La médiation et les missions du médiateur interculturel», *Revue Pensée plurielle*, n° 3, 2001.

449 FAYMAN, S., COHEN-EMERIQUE, M., «Médiateurs interculturels, Passerelles d'identités», *Revue Connections*, n° 85, 2005.

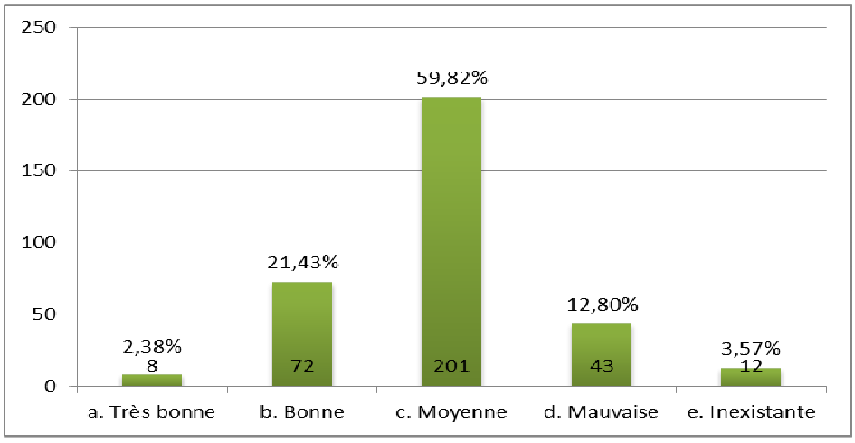
450 RASSE, P., «La médiation entre idéal théorique et application pratique», *Revue Recherches en* communication, n° 13, 2000.

En définitive, les principales missions du médiateur interculturel sont[451] :

- ✓ *D'assurer la compréhension des informations lors des échanges.*
- ✓ *De faire l'intermédiaire relationnel (relations publiques) tout en respectant les valeurs de chacun.*
- ✓ *De réduire les tensions et d'en faire un élément dynamique de soutien pour un meilleur dialogue.*

IV.7.2.2 La promotion touristique

Selon le regard des touristes:



Graphique 53 : Question «Évaluation de la promotion touristique des métiers artisanaux.»

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

La promotion de ces destinations touristiques est évaluée par les touristes comme «moyenne», pour la majorité des enquêtés dans les quatre villages mentionnés (59.82%) (graphique 53). Les résultats des évaluations concernant le village de Phuoc Tich sont similaires. Le décalage de pourcentage entre les choix «moyen» et «bonne» est plutôt grand. 21.73 % des personnes sont satisfaites en ce qui concerne la promotion touristique des villages. Les questionnés trouvant la promotion touristique mauvaise sont 12.80 %. Mais peu de touristes sont à même

451 DURSUN, N., «Les obstacles dans les relations interculturelles ; La médiation et les missions du médiateur interculturel», *Revue Pensée plurielle*, n° 3, 2001.

d'apprécier son efficacité (2.38 %) voire la sous-estiment (3.57 % des enquêtés pensent que «la promotion n'existe pas»).

L'évaluation des touristes étrangers et des touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué montre que la promotion touristique de ces villages est pour eux, «moyenne». Les résultats obtenus des quatre groupes d'échantillon ont comme «dénominateur commun» une appréciation «moyenne» quant à l'image touristique renvoyée par les villages de métiers artisanaux. L'appréciation «moyenne» en ce qui concerne la promotion touristique de ces villages montre qu'elle concourt à faire connaître les villages mais malheureusement, sa diffusion n'est pas appréciée comme il se doit. L'importance de ce facteur démontre qu'il est indispensable dans la combinaison de l'altérité des cultures. Cependant, l'image publiée et celle réelle ne sont pas toujours identiques. Ce ne sont pas des images mensongères, mais elles reflètent seulement une partie du territoire ou exagèrent parfois la réalité. Deux acteurs existent ainsi en parallèle : l'image touristique et la qualité des activités.

La diffusion de l'image touristique des villages de métiers artisanaux se développe progressivement grâce à l'explosion au Vietnam des systèmes d'information et de communication et des médias. Il y a dix ans, les lieux touristiques locaux étaient mis en promotion par le seul média local[452]. Cependant, ces dernières années, le schéma touristique de la province de TTH s'est modifié. Pour changer des destinations basiques, les agences de voyage cherchent de nouveaux circuits «hors des sentiers battus», afin de varier leurs produits.

«Le produit touristique consiste, pour le client, à rejoindre l'image publicitaire pour y figurer lui-même[453]». Les villages de métiers artisanaux deviennent de nouvelles cibles à exploiter dans le cadre du tourisme culturel. Les aspects culturels et historiques de ces villages sont exploités selon des angles de vision différents. Sur les sites Internet des agences de voyage, les villages apparaissent à travers les anecdotes et les belles photos. Or, la découverte n'est pas toujours à la hauteur par rapport à la réalité du développement touristique. L'image

452 Entretien avec M. Kiet HUYNH, employé de l'agence de voyage de Vidotour (Hué, mars 2018).

453 VALAYER, Dora, Boris, Martin (dir.), *Tourisme : l'urgence d'une éthique. Voyager autrement, vers un tourisme responsable et solidaire*, Paris, Editions Charles Léopold Mayer, 2002.

donnée par les professionnels ou les administrateurs et l'image perçue par les touristes accuse un écart considérable.

Dans le cas de Phuoc Tich, les atouts touristiques sont mis en avant à travers son histoire, son architecture, ses traditions. Ce village est présenté dans les journaux. Ce lieu devient incontournable pour les visiteurs. Toutefois, le décalage entre l'image réelle et l'imaginaire touristique engendre des déceptions chez les clients. L'imaginaire du voyage apporte en effet d'une part de bonnes surprises, d'autre part de mauvaises expériences. Dans le cas présent, la promotion fait attendre aux touristes de nouvelles expériences. Il peut d'ailleurs lui-même effectuer une visite simple des maisons traditionnelles et de l'atelier de poterie. Cependant, s'il ne prévient pas les autorités du village, il n'y a pas de démonstration de confection de poterie. Le manque de centres d'exposition mettant en valeur les produits artisanaux engendre une incompréhension de ce territoire de la part des touristes et cela ne facilite donc pas la réalisation des expériences culturelles. Seule est mise en place une rencontre avec quelques autochtones, qui partagent leurs histoires sur leurs maisons traditionnelles certes avec plaisir. Mais les visiteurs, après avoir fait une heure de route pour y arriver, attendent plus que cela. L'imaginaire touristique les trompe sur leurs attentes. La rencontre avec les autochtones amoindrit cependant leur déception.

Au village de Sinh et de Thanh Tien, l'histoire des héros consacrant leur vie à la conservation de leur métier traditionnel hérité de leurs ancêtres, donne une image plus «mythique», «mystérieuse», aux deux villages. Or, les visiteurs n'y trouvent que quelques ateliers traditionnels de confection de produits artisanaux. L'évolution sociale a faisait tomber en désuétude ces métiers. Les artisans cherchent donc des moyens pour les faire revivre. Ce sont les remarquables repères de ces villages que les journalistes exploitent et mettent en avant. Car en réalité, les faibles activités touristiques présentes dans ces villages ne peuvent en aucun cas diffuser l'image de ces trésors.

Lors de nos entretiens auprès des guides touristiques, ces derniers expliquent que la plupart des visiteurs étrangers sont en général satisfaits de l'accueil et de la rencontre avec les autochtones, même si les activités touristiques ne que peu présentes. *«Nos clients confirment que la découverte des cultures à travers des métiers est intéressante. Ils y expérimentent de nouvelles choses. Cependant, la*

durée de ces visites est très courte. Donc à part cela, ils n'ont aucune raison de rester plus longtemps au village[454]».

«Avant de choisir un circuit de découvertes des villages de métiers artisanaux, les visiteurs s'imaginent de nombreuses choses à cause de la promotion mise en place pour ces villages. Ils s'attendent à découvrir de nouveaux aspects culturels. Or, l'image touristique qu'on se construit mentalement apporte souvent de mauvaises surprises. Au village de Phuoc Tich, les poteries sont très peu exposées et il manque des cartouches explicatifs sous les articles. Les objets, immobiles dans leurs vitrines, ne disent rien aux visiteurs, qui s'attendent donc à pouvoir lire des cartouches qui expliquent l'histoire de ces objets et leur utilité. Malheureusement, la promotion touristique est loin d'atteindre ses résultats faute d'investissement et d'exploitation d'une manière professionnelle, de chaque élément culturel dans chaque territoire[455]». Ainsi, l'expansion et le développement de la promotion dans ces villages de métiers artisanaux attirent l'attention et motivent les prises de décision des touristes. Grâce à cette évolution, les village sont valorisés au travers de leurs métiers traditionnels et de leurs cultures locales et sont alors plus reconnus. Cependant, cette promotion contribue davantage à créer un imaginaire touristique chez les visiteurs qu'une réalité du territoire qu'ils vont découvrir. Le manque d'activités et de médiations culturelles engendrent ainsi de mauvaises surprises auprès des clients, qui espèrent avoir plus d'explications et d'expériences pour acquérir de nouvelles connaissances par l'intermédiaire de ce type de tourisme culturel. L'efficacité de la communication et de la promotion dépend donc beaucoup de la création des produits touristiques.

IV.7.2.3 La qualité des produits touristiques va-t-elle de pair avec la notoriété de ces villages?

Il faut d'abord confirmer qu'après le succès des Festivals de Hué, de nombreux villages de métiers artisanaux sont de plus en plus reconnus par les Huéens, dont les cinq villages étudiés au cours de cette recherche. Cependant, en matière de diffusion médiatique à l'échelle nationale, seuls deux villages touristiques ont une bonne

454 Entretien avec M. Hung LE, guide touristique âgé de 35 ans (Hué, février et mars 2018).

455 Entretien avec Mme. Trang TRAN, guide touristique âgée de 28 ans (Hué, février et mars 2018).

réputation : Phuoc Tich et Thanh Tien. Le premier est connu en tant qu'un des deux villages les plus anciens du pays ayant sauvegardé son architecture primitive si typique du Vietnam[456]. Le deuxième est réputé pour ses fleurs de lotus en papier, que le peintre-artisan Van Huy THAN a ressuscité. Les lotus en papier sont davantage mis en valeur lors des Festivals de Hué, par le biais des défilés de mode d'ao dài[457] ; le spectacle, fastueux, étant particulièrement apprécié par les touristes.

La notoriété des villages de métiers artisanaux est le fruit d'efforts de mise en promotion et de mise en tourisme. Toutefois, pour que cette notoriété se perpétue à long terme, il faut valoriser l'artisanat traditionnel, conserver l'identité locale et protéger l'environnement. *«En termes d'image, les produits qui reposent sur les critères du tourisme durable les renforcent et les valorisent, d'autant plus que l'authenticité est mise en avant. Le second avantage est issu du symbole créé par le produit et son intégration dans son environnement ainsi que par la durabilité de cette image, car un produit de tourisme durable vieillit moins vite qu'un produit classique. La perception de cette image est très importante au niveau de l'inconscient du consommateur, car il associe celle-ci à ses rêves et à ses affects. Cette image joue donc un rôle important dans le choix de la destination[458]*». En effet, si l'image d'un territoire se pérennise d'après la vision des touristes, elle décide ainsi de l'évaluation positive et de la sauvegarde d'une image positive vis-à-vis du territoire.

Avant leur mise en tourisme, ces villages n'avaient que peu de réputation. Au fur et à mesure de l'arrivée des visiteurs, la notoriété été apportée à ces villages et diffusée à l'échelle provinciale. La fierté des artisans en est motivée vis-à-vis de leur métier artisanal et ils souhaitent donc ainsi conserver ses valeurs pour qu'elles deviennent sur le long terme un label du village. Cependant, la notoriété de ces villages est limitée par l'image touristique qu'elle renvoie. Les hiérarchies sociales ne

456 Les deux plus anciens villages du Vietnam sont : Phuoc Tich, qui se caractérise par sa culture typique du Centre du Vietnam ; et le village de Duong Lam (commune de Son Tay, ville de Hanoi), qui représente la culture du nord du Vietnam (Source : Service du tourisme de la province de TTH, 2009. URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/, consulté le 28 mars 2018).

457 Ao dài : costume traditionnel des femmes vietnamiennes.

458 MANZIONE, J.-G., «Le tourisme durable, composante essentielle du marketing touristique», *Cahier Espaces*, n° 67, 2000.

sont pas remises en question[459]. Toutefois, les habitants concernés par le tourisme dans les villages de métiers artisanaux étant fiers de leur travail et de leur village, ils sont donc beaucoup plus enclins, lorsque les occasions se présentent, à rencontrer les touristes provenant des différentes régions du Vietnam et des pays étrangers, afin d'échanger et de partager avec eux les traditions et les cultures par l'intermédiaire des activités touristiques mises en place. Ces villages sont ainsi reconnus sur le plan touristique, au sein de territoires où se développe le tourisme culturel-communautaire et où les activités touristiques se partagent entre les artisans et les habitants locaux.

Sur le plan de l'artisanat, la diffusion de certains produits artisanaux de qualité ne se limite qu'à la province de TTH, la poterie de Phuoc Tich étant tombée en désuétude. Mais grâce au tourisme, ce métier a été progressivement revalorisé. Le four à bois est ainsi remplacé par le four électrique, qui aide à l'accélération de la productivité dans le domaine de la poterie. Toutefois, la production reste faible. Les produits sont vendus au sein du marché de la province de TTH et dans quelques régions alentours. Or, quand on parle du village de poterie de Bat Trang, la qualité de ses produits est confirmée et vérifiée à l'échelle nationale. La poterie de Bat Trang est devenue un label très connu au Vietnam. Prenons cet exemple dans le cas de la France : quand on parle de la porcelaine de Limoges, on est assuré de sa qualité ; et cette réputation est justifiée dans toute la France voire dans le monde entier.

Dans le cas de la vannerie de Bao La, on note des exportations de produits en Asie (Japon, Chine, etc.) et de plus en plus de commandes provenant d'autres régions du Vietnam. La qualité des produits en bambou dépend du prix de chaque article. Les produits sont variés et s'inscrivent dans différentes tranches de prix touchant une large clientèle. La qualité dépend également des marchés dans lesquels les produits sont vendus. Exemple : les produits exportés ayant le prix le plus élevé sont de haute qualité ; tandis que le prix des produits vendus dans la province de TTH s'étale de 1 € à 100€[460]. C'est pourquoi la qualité de la vannerie de Bao La n'est pas toujours

[459] Comparé à ce qu'on peut observer chez les ethnies minoritaires touchées par le tourisme. La notoriété d'un village le fait se distinguer d'autres villages non-touristiques, par le biais de revenus plus élevé, de droits politiques, du poids des décisions et des échanges avec les acteurs étrangers.

[460] Entretien avec des artisans des villages de métiers artisanaux étudiés (travail de terrain de 2016 à 2018).

identifiable, au contraire par exemple du village de vannerie de Phu Nghia (commune de Chuong My, ville de Hanoï) qui est connu pour la qualité de ses produits en bambou. Leur prix est certes plus élevé par rapport aux produits d'autres villages similaires, mais la qualité est toujours assurée et identifiée comme telle. C'est donc la qualité qui fait le prix et qui décide de la clientèle. Les bâtons d'encens (village de Thuy Xuan), les dessins populaires folkloriques de Sinh (village de Sinh) et les fleurs en papier (village de Thanh Tien) sont des produits spéciaux liés aux coutumes et aux traditions cultuelles de la région. Quand on aborde la question de la « qualité » des produits artisanaux, elle est plutôt liée à l'efficacité promotionnelle du tourisme cherchant à conserver l'identité du territoire. Plus ce dernier est développé, plus la mise en pérennisation de ces métiers artisanaux est améliorée.

Ainsi, la notoriété des villages de métiers artisanaux ciblés ne dépasse pas les frontières de la province de TTH et reste limitée en terme touristique. La qualité reconnue de l'artisanat local n'est pas toujours appréciée à sa juste valeur. Afin de «synchroniser» les deux contenus (la réputation du tourisme et celle de l'artisanat) avec le terme de «notoriété» du village, il faudrait mettre davantage l'accent sur la qualité des produits artisanaux en mettant en place des formations pour les artisans professionnels et en faisant appel à des artisans qualifiés. La qualité des activités touristiques est incontestable lors de la promotion touristique de l'image des villages de métiers artisanaux, qui cherchent à sauvegarder leur patrimoine immatériel et leur culture locale.

IV.7.3 Personnel / Politiques

IV.7.3.1 La pénurie d'artisans qualifiés et l'hésitation des habitants à participer à l' «affaire touristique»

Le métier traditionnel est le catalyseur décisif de la mise en place des circuits touristiques dans les villages de métiers artisanaux. La confection des objets artisanaux est l'activité majeure à travers laquelle se déroule l'interaction culturelle entre les autochtones et les touristes. La pérennisation des villages de métiers artisanaux se base sur l'affirmation du savoir-faire en tant que patrimoine (maîtrise des techniques et application en accord avec les modèles traditionnels et contemporains des objets artisanaux). Toutefois, les «anciens» artisans abandonnent progressivement leur métier pour différentes raisons : ils sont déjà âgés et ne peuvent

gagner correctement leur vie. Quant aux jeunes, ils ne souhaitent plus rester dans leur village et choisissent d'exercer d'autres métiers dans les grandes villes, car ne croyant plus à l'avenir des métiers traditionnels. Malgré le fait que les autorités et les associations collaborent dans le but de mettre en place les formations en faveur des artisans, la situation n'a que peu changée pour le moment.

Pour accélérer le développement touristique tout en conservant le métier artisanal, il faut encourager les habitants locaux à participer au tourisme. Ils doivent s'immerger dans les projets. Mais dans le contexte actuel, leur participation au tourisme ne consiste qu'en un simple partenariat. Ils répondent aux demandes et vendent des produits locaux, rien de plus. Ils ne s'attachent que peu à ces projets, ils n'ont pas d'objectif économique. *Donc, «nous avons la responsabilité de transmission culturelle au travers de notre métier, auprès des touristes. Mon objectif est de diffuser davantage ce métier envers la jeune génération, dont les touristes étrangers. Je suis heureux de pouvoir accueillir des touristes envoyés par les agences de voyage. Le tourisme fait la promotion de notre métier traditionnel. Je ne suis cependant pas capable de gérer tous ces circuits sans l'aide des agences de voyage faute de connaissances en matière de tourisme. D'où le fait que nous n'en demandons pas plus. Certains habitants du village ne veulent pas participer à ce projet car ils n'ont pas le temps. Ils ne pensent pas recevoir tant de touristes que cela grâce à ce métier ni gagner leur vie grâce à cela et ils ne veulent donc pas et y sacrifier beaucoup de temps. C'est dommage, mais c'est actuellement la réalité des artisans*[461]*»*.

Dans le cas de Thanh Tien, le manque de jeunes artisans qualifiés reste toujours le problème le plus important dans ce village. Les jeunes ne souhaitent pas poursuivre ce métier. Ils participent certes à la confection des fleurs de papier pour gagner de l'argent afin de payer leurs études, mais ce n'est pas le métier qu'ils ont choisi. 80 % des artisans qualifiés du village de Thanh Tien ont plus de 60 ans. Le seul artisan qui poursuit le travail de son père est M. Nhat THAN, fils de l'artisan Van Huy THAN[462]. *«Nous sommes inquiets pour l'avenir de ce métier. Les jeunes*

[461] Entretiens avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (Hué, mars 2018).

[462] Entretiens avec M. Nhat Huy THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, février et mars 2018).

n'aiment pas ce métier même si en haute saison, ils peuvent travailler en tant que saisonnier. Afin de varier davantage les modèles et de rechercher d'autres techniques appropriées à la confection des fleurs (maintien des couleurs, utilisation de papier écologique, etc.), nous avons besoin d'une équipe d'artisans qualifiés. C'est un problème insoluble[463]*»*. La pénurie d'artisans qualifiés devient donc un défi majeur en ce qui concerne la conservation des métiers et le développement du tourisme.

IV.7.3.2 Les formations des autochtones dans plusieurs domaines

La formation apparaît comme le moyen privilégié pour professionnaliser le secteur et améliorer la compétitivité[464]. Afin de développer durablement le tourisme communautaire, la participation des autochtones dans plusieurs secteurs est indispensable, notamment en ce qui concerne la création d'emplois et la contribution à l'accélération de l'économie locale. La variété des produits touristiques et le développement des chambres d'hôtes au sein des villages de métiers artisanaux demandent un grand effort de la part des employés locaux travaillant dans différents domaines : réception, enseignement de la cuisine locale, animation des spectacles, etc. Il faudrait donc organiser beaucoup de formations et surtout encourager les autochtones à les suivre. Or, les habitants les plus âgés ne s'intéressent plus aux formations. Et les plus jeunes ne sont pas toujours avides d'apprentissage de pratiques et de compétences spécialisées liées au domaine touristique. Enfin, les habitants locaux ne s'investissent pas à plein temps dans les activités touristiques.

En ce qui concerne ce projet, le défi majeur est lié au niveau du budget de financement. Les formations de guide touristique en langues étrangères ne sont pas simples pour ce qui est de l'apprentissage par les jeunes habitants, et du budget nécessaire pour organiser ces formations. Les activités touristiques s'avèrent plus attirantes si le guide touristique est un habitant local, comprenant le mieux son territoire. Cependant, le guide touristique en langues étrangères demande aux

463 Entretiens avec M. Van Hoa NGUYEN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, février et mars 2018).

464 BOUCHAÏB, Abdallaoui, «Le management des compétences, moteur de développement d'une industrie hôtelière au Maroc», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

habitants locaux un grand effort de compréhension ainsi qu'une bonne volonté de travailler de manière professionnelle avec lui.

IV.7.3.3 La prise de décisions des acteurs politiques et professionnels: entre promesses et mise en attente des réalisations

La tendance du tourisme communautaire se développe de plus en plus dans la province de TTH, grâce à ses atouts patrimoniaux, naturels, culturels et ruraux. La mise en valorisation des métiers artisanaux est un projet prioritaire et à long terme qui se coordonne avec le développement touristique. Le tourisme est en effet un secteur multidisciplinaire, lié à plusieurs services. De nombreux Services administratifs concernés s'occupent des différentes missions dans les stratégies de développement touristique du Comité populaire de la province de TTH. Les professionnels et les associations prennent leur part de ces missions.

Les décisions prises par le Comité populaire de la province et les stratégies de développement lancées par les Services administratifs envisagent notamment la réalisation de projets à long terme avec des objectifs à atteindre. Malheureusement, tout est loin d'être positif. La raison la plus récurrente de non-réalisation est : «*faute de budget financier*» ; car sans «le nerf de la guerre», les projets ne peuvent donc être réalisés correctement. Ils sont renvoyés aux années suivantes, ultérieurement, voire oubliés à jamais.

Au village de Phuoc Tich, la pénurie d'artisans qualifiés limite la production des produits de poterie. Il faudrait davantage former les artisans en les envoyant dans d'autres régions pour qu'ils puissent expérimenter de nouvelles techniques et connaître de nouvelles expériences. Mais cet objectif est loin d'être atteint faute de financements. Dans le cas des maisons-traditionnelles, l'objectif était d'en rénover dix. Au final, les propriétaires doivent attendre jusqu'à fin 2018 pour que la rénovation de seulement cinq maisons soit accomplie et qu'elles soient transformées en «*home stay*» à partir de 2019[465].

La situation est la même au village de Thanh Tien. *«Nous avons eu des invitations pour faire des expositions artistiques de fleurs en papier à Hanoï et à Ho*

[465] URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/ (consulté le 06 avril 2019).

Chi Minh-ville. Nous avons demandé une aide financière auprès du Service de l'Agriculture et du Développement rural. Mais la réponse a été négative car il n'y avait pas de budget pour financier de telles activités. Nous avons dû demander une moitié de financement des frais de transports auprès de l'organisateur de la foire-exposition[466]*»*.

En résumé, les Services administratifs ont pour vocation d'élaborer des stratégies de développement et de prendre des décisions importantes. Considérés comme le fil rouge du développement, de nombreux projets sont donc envisagés. Mais ces projets aboutissent rarement et encore moins avec le succès espéré.

IV.7.4 Éthique

IV.7.4.1 La mainmise des agences de voyage sur les activités touristiques dans ces villages

Les agences de voyage lancent des projets touristiques et les mettent en place dans les villages de métiers artisanaux. Les professionnels lancent la réalisation avec les autorités locales et les autochtones concernés. Mais ces derniers jouent un rôle passif. Ils suivent le management et les indications données par les agences de voyage. La gestion des activités est faite par deux acteurs : les professionnels et les locaux. Pourtant, cette gestion dite «participative» manque d'une synergie totale entre les autochtones et les professionnels[467]. Les premiers suivent les étapes du projet tandis que les seconds prennent l'initiative dans toutes les actions. La responsabilité et le succès du projet dépendent de ces deux acteurs.

Au niveau du métier artisanal, les habitants locaux sont autonomes. En revanche, en matière de tourisme, ce sont plutôt les agences de voyages qui décident du temps, des frais et du déroulement des activités. *«Nous ne connaissons pas le métier du tourisme, nous suivons les conseils des agences de voyage qui travaillent et envoient les clients au village. Nous ne connaissons pas le tarif que les touristes*

466 Entretiens avec M. Huy THAN, artisan du village de Thanh Tien (travail de terrain, février et mars 2018).

467 PAYEN, Ariane, «Les habitants : acteurs du développement dans les projets de mise en tourisme ? Cas du Parc National de Loango au Gabon », *Via* [En ligne], 4-5 | 2014, mis en ligne le 26 octobre 2014, consulté le 09 octobre 2019.
URL : http://journals.openedition.org/viatourism/892

payent aux partenaires. Nous nous intéressons seulement à combien nous gagnons. Quand il y a des demandes, l'agence de voyage nous téléphone pour convenir de la date, des horaires d'accueil et du déroulement du planning. Nous attendons passivement les clients. Il est très rare de recevoir des touristes qui viennent spontanément ou des visiteurs passant par nous[468]».

«Nous recevons plusieurs types de clients : les clients envoyés par les agences de voyage et ceux spontanément passés par les agences. Dans le circuit de visite des tombeaux royaux, les touristes visitent quelques ateliers de bâtons d'encens. Ils y restent environ 2 heures pour la confection de produits, la rencontre des artisans et l'achat des souvenirs. Les agences de voyage nous préviennent en avance par téléphone si le groupe est nombreux ou s'il est demandé une activité originale. Dans les autres cas, quand les touristes arrivent sur place, avant d'aller visiter les monuments, les guides touristiques sont venus pour nous signaler l'arrivée des touristes, pour que nous puissions préparer le matériel, les produits à vendre, etc. Ceux qui viennent en couple sans guide ou accompagnés par un guide, voient la confection des bâtons d'encens se dérouler naturellement. Si cela ne dure pas longtemps, nous ne faisons pas payer la confection car la plupart des visiteurs achète des souvenirs dans notre boutique avant de repartir[469]».

«Les agences de voyage ne travaillent qu'avec la direction de la Coopérative quand ils envoient un groupe de touriste pour faire des expériences de objets en bambou. Elle nous tient au courant et nous préparons les matériels nécessaires et mettons en place une variété des produits de souvenirs intéressant qui représentent les monuments historiques typiques de Hué. La durée de la confection n'est pas trop longtemps (environ une heure), le temps où les touristes visitent les ateliers, observent travailler les artisans et dépensent le temps pour choisir des cadeaux, prend encore une heure[470]».

---

468 Entretien avec Mme. He NGUYEN, habitante du village de Phuoc Tich (travail de terrain, février et mars 2018).

469 Entretien avec Mme. Binh Thanh NGUYEN, artisane du village de Thuy Xuan (travail de terrain, février et mars 2018).

470 Entretien avec Mme. Hai LE, habitante du village de Bao La (travail de terrain, février et mars 2018).

«Quand les agents de voyage sont venus pour faire l'étude de terrain dans notre atelier, ils nous ont demandé de suivre leur programme et leur contenu. Ils connaissent mieux les touristes que nous. D'ailleurs, c'est leur métier, ils savent ce qu'il faut présenter et à quoi les touristes s'intéressent dans notre métier artisanal. Nous les respectent en suivant les indications des professionnels[471]*»*. Les habitants participent ainsi aux les projets touristiques mis en place par les agences de voyage. Mais ils ne jouent pas l'acteur décisionnaire dans ce processus[472]. Selon l'éthique du tourisme, *«les populations locales sont associées aux activités touristiques et participent équitablement aux bénéfices économiques, sociaux et culturels qu'elles génèrent et spécialement aux créations d'emplois directs et indirects qui en résultent*[473]*»*. Dans ces cas concrets, les habitants locaux participent de manière passive aux activités touristiques et économiques. Les agences de voyage amènent du travail aux autochtones et contribuent avec leur budget aux projets sociaux de ces villages.

Dans le cas de Phuoc Tich, le service de logement chez l'habitant «*home stay*» est géré par les agences de voyage. Les propriétaires de ces maisons traditionnelles accueillent les touristes et partagent des activités avec eux. Ils animent une activité d'échanges et de rencontres à vocation touristique, qui valorise leur culture, leurs traditions, leur patrimoine et leur environnement…[474]. Au village de Thanh Tien, la situation est toujours la même. Les agences de voyage organisent les activités touristiques. Elles travaillent directement avec les artisans et conviennent ensemble des horaires et du programme. En fonction de l'effectif des touristes, les artisans gagnent les commissions envoyés par les agences. Les habitants locaux gèrent donc leur travail, qui est le centre de l'activité. Néanmoins, dans la mesure où sont mis en

---

471 Entretien avec M. Tien TRAN, habitant du village de Sinh (travail de terrain, février et mars 2018).

472 RAKHMATOVA, Zamira, «Tourisme et autonomisation des communautés locales. Le cas de la région du Pamir tadjik», *Téoros*, Volume 34, n° 1-2, 2015.

473 «Le Code mondial d'éthique du tourisme».

URL : http://ethics.unwto.org/fr/content/le-code-mondial-d-ethique-du-tourisme (consulté le 17 novembre 2017).

474 CHABLOZ, Nadège, «Vers un éthique du tourisme ?» et «Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs ?», *Autrepart*, n° 40, 2006.

place les circuits touristiques, les professionnels prennent leurs responsabilités et apportent l'investissement financier nécessaire pour que ces activités puissent fonctionner. Dans ce projet, les habitants locaux sont considérés comme les partenaires principaux. L'étude de cas effectuée sur le terrain lors de cette recherche nous le montre. Nous espérons ainsi à l'avenir qu'il y aura une *«implication sur tous les stades du projet où les populations locales gardent la maîtrise des opérations liées à la mise en valeur touristique de leurs territoires, avec une minimisation des impacts négatifs tant sur l'environnement que sur les cultures*[475]*»*.

IV.7.4.2 De la théorie à la mise en application de l'éthique du tourisme dans le cadre de l'exploitation des activités touristiques

«*Le tourisme durable est envisagé comme privilégiant la gestion sur le long terme de l'ensemble des ressources, de manière à ce que les besoins économiques et sociaux puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité de la culture, les processus écologiques essentiels, la biodiversité et les systèmes de réponse aux besoins vitaux. Les produits de tourisme durable fonctionnent au niveau local en harmonie avec l'environnement, la communauté et les cultures, afin que ces trois composantes en bénéficient en permanence*[476]». L'éthique de la pensée doit en effet mettre l'accent sur la conservation du patrimoine et de la culture indigènes. Une prise de conscience quant à la protection des espaces naturels doit être faite. L'exploitation désordonnée, systématique et incohérente des ressources naturelles bouleverse les écosystèmes et épuise les capacités de renouvellement biologique[477].

«*Le tourisme est (…) concerné par l'éthique. Il l'est, en premier lieu, parce qu'il se traduit par une rencontre avec l'altérité (…) et il est interpellé par la question du rapport à l'ailleurs, lieu autre que celui où réside le touriste. L'éthique est recherche de l'altérité, voyage, rencontre. En seconde lieu, c'est justement parce que (…) le tourisme, plus que toute autre activité humaine, se doit être irréprochable et*

475 BÉVILLE, G., «le tourisme solidaire, levier du développement», *Revues espaces*, n° 220, 2004.

476 BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

477 BRETON, Jean-Marie, «La sensibilisation des communautés locales à la gestion du patrimoine environnemental», dans BRETON, Jean-Marie (dir.), *Tourismes, environnement et aires protégées (Antilles-Guyane/Haïti/Québec)*, Paris, Editions Karthala, 2004.

exemplaire. C'est parce que le tourisme se nourrit des lieux et des hommes qu'il peut éventuellement jouer un rôle positif sur l'environnement et favoriser l'ouverture de l'homme sur l'altérité. Ce rôle positif suppose une prise de conscience des acteurs engagés dans cette activité[478]». D'après Schéou, l'éthique est créée en fonction de l'altérité culturelle et traditionnelle entre le touriste et l'habitant. Les différences entre les territoires évoquent également l'éthique comme élément lors de la création des activités touristiques. Les impacts culturels semblent moins destructeurs lorsqu'il s'agit de populations d'accueil dont le mode de vie est semblable à celui des touristes[479].

La sensibilisation à l'éthique des touristes vietnamiens en visite dans les villages de métiers artisanaux est plus facile par rapport à ceux venant de pays étrangers, notamment de pays occidentaux. La culture des premiers étant similaire à celle des autochtones, l'orientation de l'éthique du tourisme engendre donc moins de chocs culturels. En revanche, l'altérité des cultures peut causer des incompréhensions notamment au travers des comportements et des habitudes de vie. Le fait de montrer la manière d'utiliser des bâtons d'encens dans les pagodes ou lors des fêtes cultuelles selon les mentalités de la population locale aide les touristes à mieux comprendre le respect vis-à-vis d'une religion et des croyances populaires. «*La Spiritualité et l'éthique sont considérés comme une solution dans la réalisation du tourisme durable. Il contribue en même temps à enseigner la tolérance à l'humanité*[480]».

D'après Barré Hervé[481]: *«La sauvegarde du patrimoine culturel pour les générations futures ne pourra s'effectuer convenablement que si elle est réalisée en*

---

478 SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

479 LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre et BALFET, Michel, *Management du tourisme. Territoires, systèmes de production et stratégies*, Paris, Pearson Education France, 2007.

480 ARDIKA, Gede, «Indonésie : pour un tourisme communautaire», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

481 BARRÉ, Hervé, «Les politiques culturelles pour le développement : enjeux de la sauvegarde du patrimoine et du développement durable», *Tourisme et environnement : les enjeux naturels, culturels et socio-économiques du tourisme durable*, colloque organisé par le Conseil de l'Europe (Direction de

harmonie avec le développement économique, social et culturel des générations présentes. En conséquence, la capacité des générations présentes à transmettre le patrimoine culturel aux générations futures dépendra de la bonne intégration des politiques culturelles qui concernent le patrimoine au processus de développement global. Cette intégration, c'est dans une large mesure par le tourisme culturel qu'elle s'effectue, car cette activité relie entre eux les objectifs suivants :

- ✓ *La sauvegarde du patrimoine et des identités culturelles, qui représentent la ressource de l'activité touristique,*
- ✓ *La connaissance et la recherche de l'interaction culturelle par les touristes, dont la motivation pour le voyage et la demande culturelle sont à la source même de l'activité touristique,*
- ✓ *La contribution au développement économique, social et culturel des populations locale, sous la forme de création d'emplois et de revenus, de la valorisation de l'identité culturelle et des multiples savoir-faire artistiques, artisanaux, agricoles et industriels.»*

Les activités touristiques créent des emplois pour les autochtones et contribuent à l'amélioration économique et sociale du territoire. Il est nécessaire de prendre conscience de la qualité de ces activités en respectant les espaces naturels et ruraux. «*Le tourisme a généré une sous-culture qui abêtit à la fois celle du touriste et celle de son hôte d'accueil. Le tourisme «culturel» n'est pas complètement à l'abri de ces dégénérescences, lorsque, attaché au passé, il refuse de prendre en compte le présent. C'est pourquoi la question éthique se pose de façon tout à fait spécifique*[482]». Les dessins folkloriques de Sinh manifestent des images du passé : les instruments royaux de l'époque féodale, la routine hebdomadaire des habitants locaux d'avant 1975, les fêtes traditionnelles[483]. Ces produits présentent une partie des traditions

---

l'environnement et des pouvoirs locaux) en coopération avec le ministère letton de la protection de l'environnement et du développement durable, Strasbourg, Editions du Conseil de l'Europe, 2000.

[482] VALAYER, Dora, Boris, Martin (dir.), *Tourisme : l'urgence d'une éthique. Voyager autrement, vers un tourisme responsable et solidaire*, Paris, Editions Charles Léopold Mayer, 2002.

[483] Entretien avec M. Huu Phuoc KY, artisan du village de Sinh (travail de terrain de 2016 à 2018).

locales. Mais la répétition des mêmes motifs de dessins ennuie les visiteurs. Les activités quotidiennes locales apparaissent comme étranges pour les visiteurs étrangers. Varier les types de produits touristiques serait donc un moyen d'attirer et de faire participer les visiteurs et les locaux. En ce sens, la responsabilité et la volonté de diffuser les valeurs culturelles et patrimoniales se développent ainsi davantage chez les autochtones.

La préoccupation éthique consiste donc à représenter les voyages touristiques comme des vecteurs de respect, d'amitié, et de compréhension mutuelle entre les hommes[484]. L'éthique du tourisme, par le biais des activités touristiques, est abordée depuis toujours mais son application dans les cas concrets n'obtient pas souvent de succès. L'objectif est d'encourager à la fois le touriste et l'habitant local à participer à la protection des zones rurales, à respecter la culture locale et à valoriser le patrimoine (matériel et immatériel) des villages de métiers artisanaux.

[484] RAVIX, Jacques-Laurent, «L'éthique du tourisme», dans Spindler, Jacques et Durand, Huguette (dirs.), *Le tourisme au XXIe siècle*, Paris, L'Harmattan, 2003.

<u>Chapitre 8</u>: Les propositions en faveur du développement durable du tourisme communautaire dans ces villages

La prise de conscience, quant à la nécessité de développer un véritable marketing du tourisme durable, s'accompagne d'une évolution de l'intervention des secteurs publics et privés[485]. Ainsi, l'élaboration d'une stratégie de tourisme durable doit être un processus participatif associant de multiples acteurs, afin de susciter une plus large adhésion à la stratégie et à la volonté de la mettre en œuvre. La formulation d'une stratégie se déroule en trois étapes[486], à savoir :

- Analyse du contexte, des problèmes et des possibilités ;
- Définition des objectifs et décisions concernant les choix stratégiques ;
- Formulation des politiques et des programmes d'action.

A cet effet, trois types de stratégies ayant trait au tourisme durable peuvent être distingués :

- Une stratégie touristique globale qui adhère aux principes de durabilité ;
- D'autres stratégies gouvernementales reconnaissant ou intégrant le tourisme durable (comme la stratégie relative à la biodiversité) ;
- Les stratégies pour des sous-secteurs du tourisme qui peuvent être importants pour rendre l'ensemble du tourisme plus durable (par exemple une stratégie d'écotourisme).

IV.8.1 Les propositions inspirées des touristes

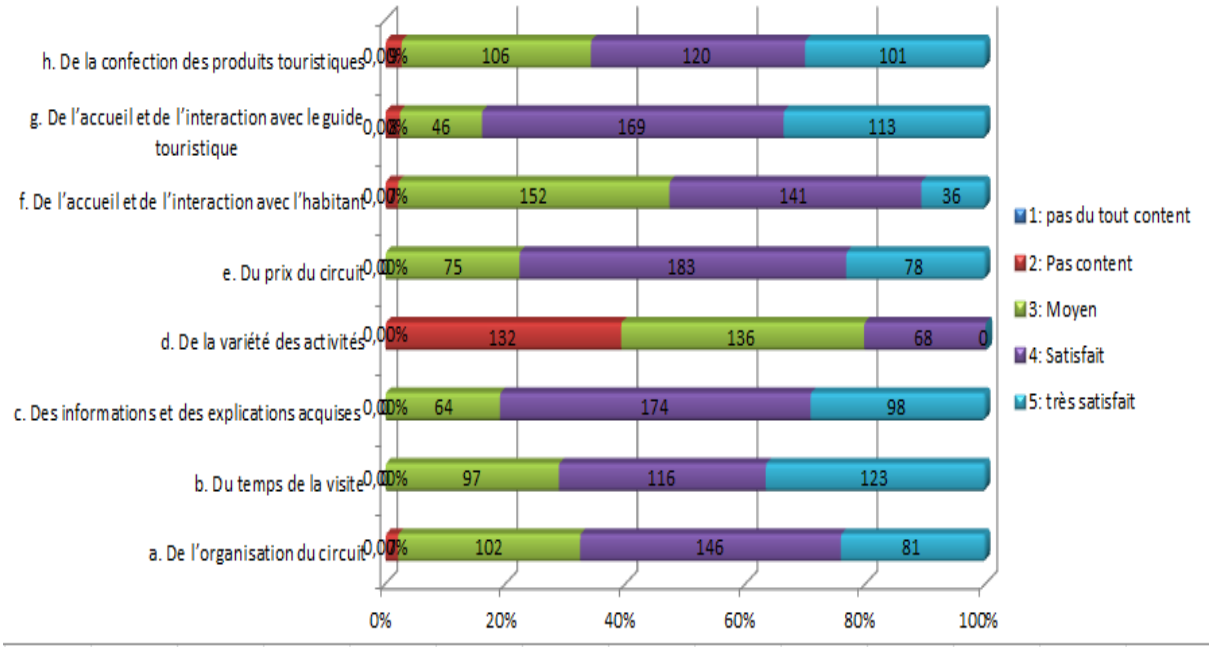
IV.8.1.1 L'importance de la variété des activités touristiques

Selon les résultats obtenus auprès de 336 touristes rencontrés dans les quatre villages (graphique 54), sur l'échelle d'évaluation des activités touristique, la plupart

485 SEGUIN, Gérard et ROUZET, Emmanuelle, *Marketing du tourisme durable*, Paris, Dunod, 2010.

486 LEROUX, Erick, «Tourisme durable et enjeux stratégiques. Introduction», Dans Management & Avenir, n° 56, 2012.

est satisfaite de l'organisation des circuits, du temps de visite, de l'accueil et de l'interaction avec les autochtones. Pourtant, seul l'élément «variété des produits touristiques» montre un fort mécontentement de leur part, car les activités disponibles sont plutôt modestes.



Graphique 54 : Question «Évaluation de la visite effectuée dans les villages de métiers artisanaux».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Les résultats obtenus des 86 enquêtés au village de Phuoc Tich sont similaires[487]. En général, ils apprécient leur visite. Mais ils ne sont pas pleinement satisfaits faute d'activités touristiques. Notamment ceux dormant chez l'habitant (*home stay*), à Phuoc Tich. Les activités nocturnes sont certes intéressantes mais bien trop peu. Le spectacle folklorique du soir est original mais ne dure que 30 minutes. La valorisation du patrimoine immatériel (le savoir-faire, la technique du métier) par le biais du tourisme est appréciée. Cependant, afin d'attirer davantage les touristes, il est indispensable de créer d'autres activités culturelles typiques. En ce qui concerne les touristes étrangers ayant visité des villages de métiers artisanaux (137/218 enquêtés), plus de la majorité (52.55 %) sont satisfaits de leur visite[488]. En revanche,

487 Voir le résultat des enquêtés au village de Phuoc Tich dans l'Annexe 16.

488 Voir le résultat des touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 17.

la plupart des Vietnamiens évaluent moyennement leur visite. Ce pourcentage occupe le premier rang (52.78%)[489]. En effet, la similarité des facteurs (la tradition, la culture, l'artisanat) excite davantage l'envie chez ces touristes domestiques d'avoir des circuits organisés plus typiques et plus intéressants.

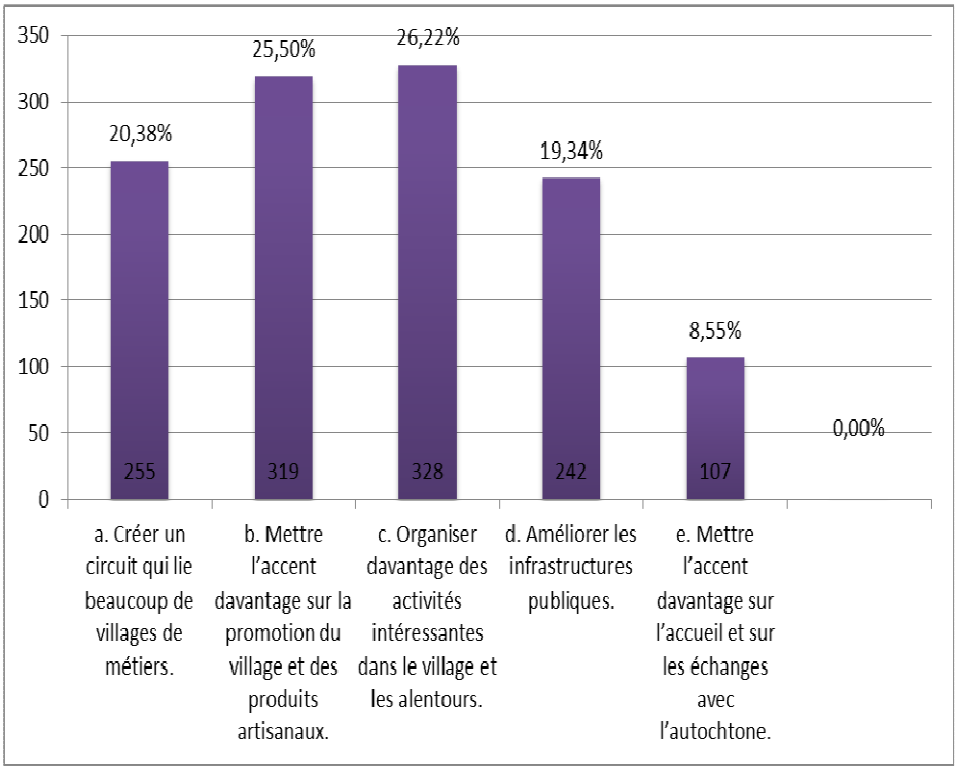
IV.8.1.2 Ce qu'il faut faire…

Selon les visiteurs des quatre villages (Bao la, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan) (graphique 55), il est d'abord nécessaire de créer beaucoup plus d'activités attrayantes en développant les activités en zone rurale (328/336 personnes). La promotion des villages et des produits artisanaux occupe la deuxième place (319/336 enquêtés) car les informations sur les villages ne sont pas diffusées au sein de la population. En outre, 255/336 enquêtés trouvent que la variété des produits artisanaux pourrait être améliorée en coordonnant les villages de métiers artisanaux à proximité. De ce fait, les touristes peuvent découvrir les différents métiers traditionnels, rencontrer les artisans et expérimenter de nombreuses confections de produits artisanaux. La variété des cultures et des identités est toujours appréciée par les visiteurs. En matière d'infrastructures (242/366 enquêtés), il faudrait davantage y investir afin de faciliter les visites (routes, toilettes publiques, poubelles, etc.). Enfin, favoriser le contact et l'échange avec les autochtones (107/366 personnes) est indispensable pour que les touristes découvrent les traditions locales.

Les résultats obtenus de 86 visiteurs enquêtés au village de Phuoc Tich[490] ressemblent à ceux analysés ci-dessus. En définitive, varier les activités touristiques, et qu'elles soient de qualité, est une demande revenant souvent et qui doit être soulignée, afin d'attirer les touristes et les motiver pour qu'ils reviennent au village.

[489] Voir le résultat des touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 18.

[490] Voir le résultat des enquêtés au village de Phuoc Tich dans l'Annexe 19.



Graphique 55 : Question «Quelles sont les propositions pour accélérer le développement du tourisme communautaire au village ?».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

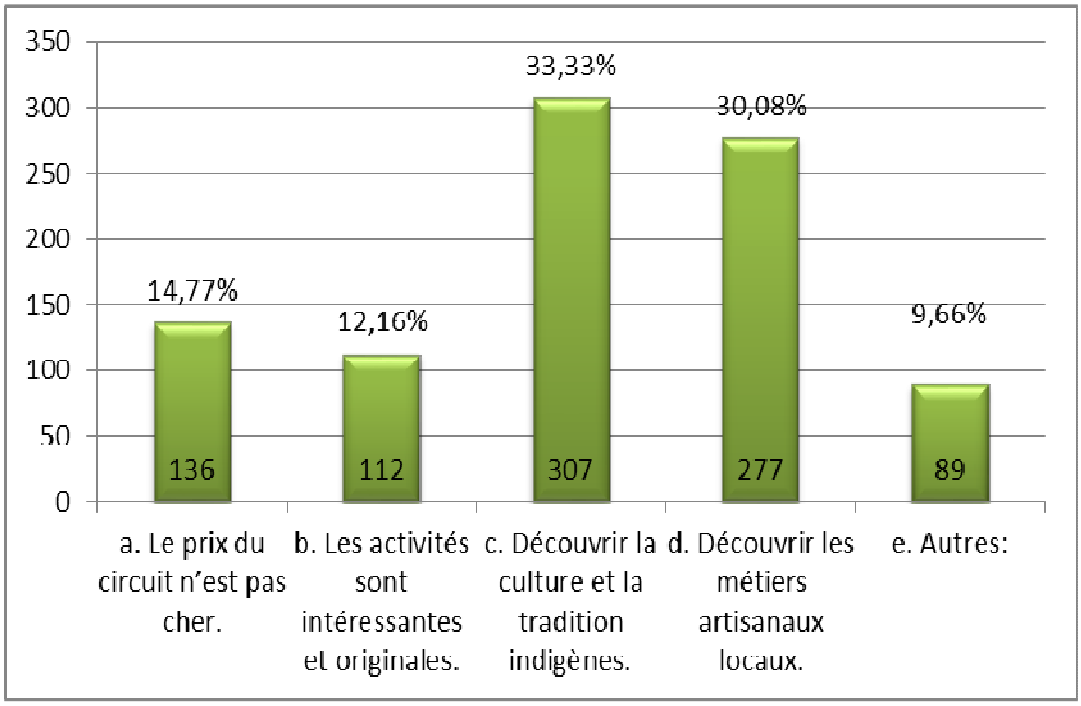
IV.8.1.3 Les points forts à continuer à valoriser

En ce qui concerne les 336 visiteurs enquêtés dans les quatre villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan) (graphique 56), la découverte des cultures et des traditions indigènes est la raison préalable importante (307/366 personnes), grâce à laquelle les visiteurs peuvent découvrir l'altérité des cultures qui permet d'enrichir leurs connaissances sociales. Parallèlement à la découverte de la culture locale, expérimenter la confection des produits artisanaux fait véritablement décider de la recommandation de ces villages auprès des amis/proches (277/336 visiteurs).

Le prix raisonnable du circuit est aussi un facteur catalyseur de recommandation de ces villages (136/366 enquêtés). Seuls 89/366 questionnés déclarent qu'une des raisons importantes pour eux est l'interaction des cultures avec les autochtones dont les artisans. Ils trouvent que les histoires racontées sont très vivantes et qu'ils s'en rappelleront à jamais. En confectionnant les produits avec les artisans, ils partagent des récits liés aux périodes d'évolutions du métier. Tout cela

favorise l'immersion dans la culture locale. Une autre remarque tirée est que les visiteurs sont assez « gâtés » par les artisans. Ces derniers s'intéressent aux besoins de leurs clients. De ce fait, il faut noter que la médiation culturelle et les expériences éducatives (les ateliers, les jeux holistiques) jouent le rôle d'accélérateur de la valorisation patrimoniale et culturelle locale.

Les réponses reçues de 86 touristes au village de Phuoc Tich sont analogues à celles des enquêtés aux autres villages[491]. Les touristes étrangers (plus 59% enquêtés) n'hésitent pas à recommander la découverte des villages de métiers artisanaux à leurs amis et à leur famille[492].



Graphique 56 : Question «Pourquoi recommanderiez-vous cette visite à vos amis/proches ?».

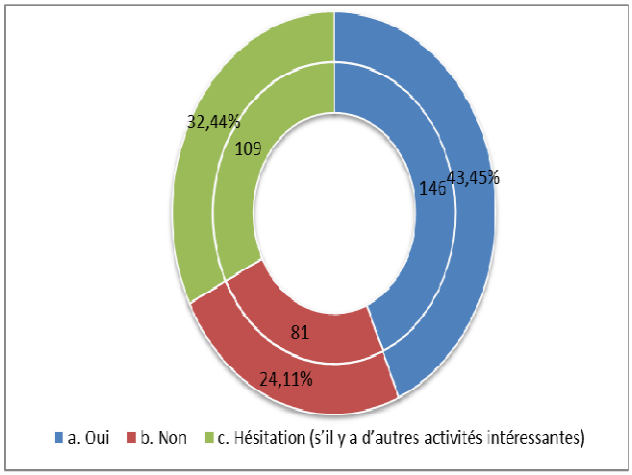
336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

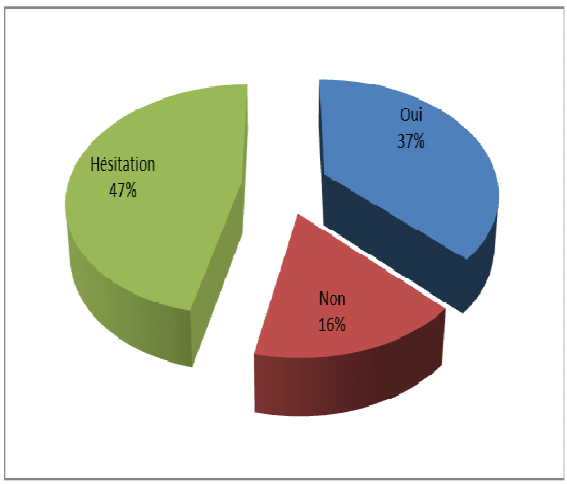
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

491 Voir le résultat des enquêtés au village de Phuoc Tich dans l'Annexe 20.

492 Voir le résultat des touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 21.

IV.8.1.4 L'envie d'y retourner…?





Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ?».

Graphique 57 (à gauche) : 336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

Graphique 58 (à droite) : 86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

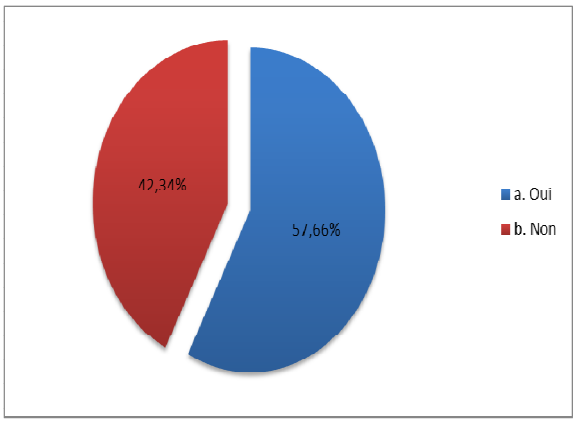
Observons le graphique 57, plus de 43 % des enquêtés aux 4 villages voudraient retourner visiter les villages de métiers artisanaux. Ensuite, 32 % de visiteurs hésitent du choix de retourner ou non. Enfin, 24% ne désirent pas y retourner.

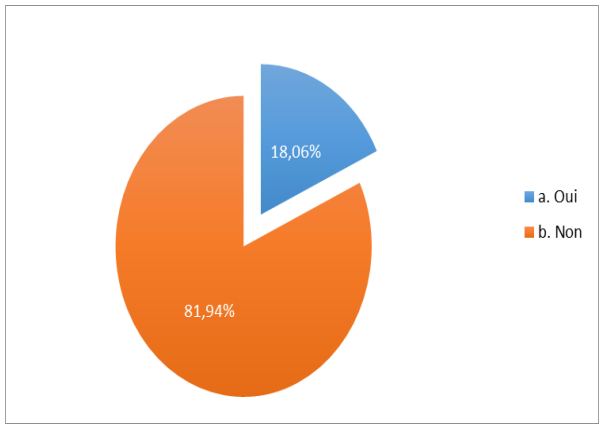
En ce qui concerne les enquêtés au village de Phuoc Tich (graphique 58), ils dévoilent leurs hésitations (le pourcentage le plus élevé (47 %). Les gens qui souhaitent visiter de nouveau ce village occupent 37 % (2e place). Un petit pourcentage (16 %) décident de ne pas y retourner encore une fois.

Les explications pour les hésitations suivantes : les touristes au village de Phuoc Tich choisissent «hésitations» parce qu'il faut prendre plus de temps pour y arriver. La pénurie d'activités fait désespérer plus ou moins les attentes des touristes. L'atelier de poterie ne fonctionne pas tout le temps. Le manque de médiation culturelle fait perdre l'orientation culturelle. Le temps de visite est 2 heures tandis que le temps de circulation est 45 minutes en voiture (partir du centre-ville). En général, la visite des maisons traditionnelles et le contact avec les autochtones sont intéressants. Afin de pousser la motivation de le visiter de nouveau, il faudrait que les activités soient bien programmées, organisées et multipliées.

En ce qui concerne les visiteurs enquêtés aux 4 villages mentionnés, leur localisation est propice pour tous les types de transports. Les touristes ont moins de prétextes d'hésiter d'y retourner. Ils peuvent combiner les circuits au centre-ville et les autres villages à proximité. Tous les autres services nécessaires sont à côté. En bref, la variété des activités touristiques et la facilité de circuler dans plusieurs endroits touristiques motivent les touristes à y retourner.

Pour la même question…





Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ?».

Graphique 59 (à gauche) : 137/218 touristes étrangers questionnés au centre-ville de Hué.

Graphique 60 (à droite) : 72/189 touristes domestiques questionnés au centre-ville de Hué.

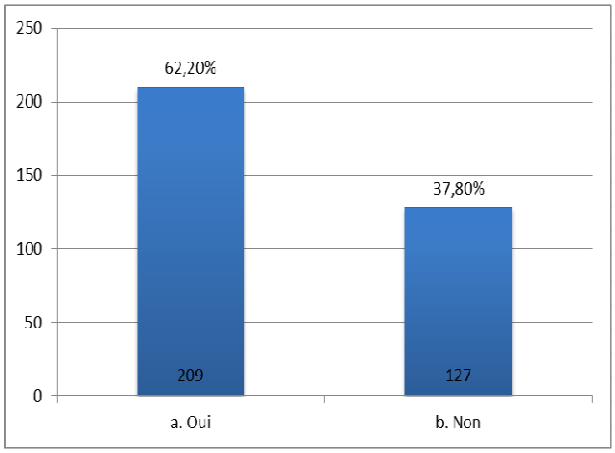
(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

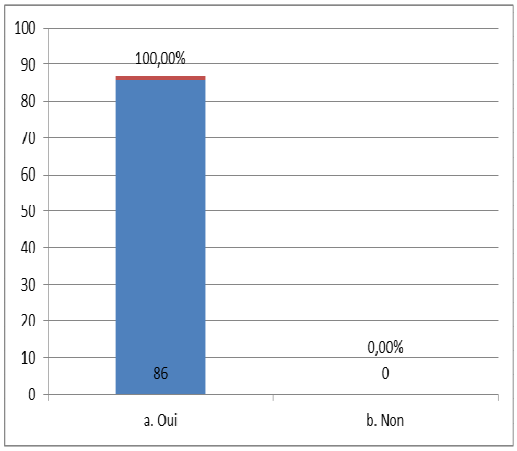
En ce qui concerne les touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué (137/218 personnes ont visité des villages de métiers artisanaux), 57.66% souhaitent retourner visiter les villages de métiers artisanaux. Ce pourcentage est contre à 42.34% des gens qui prennent la réponse opposée (graphique 59).

Le résultat obtenu des touristes domestiques (les Vietnamiens) est tout à fait différent (graphique 60). Très peu des enquêtés (18%) voudraient visiter de nouveau ces villages. Par contre, un grand pourcentage de touristes (82%) refusent d'y retourner. Cela s'explique que la similarité des cultures entre les régions du Vietnam ne les motive pas beaucoup d'y retourner pour chercher de l'altérité extraordinaire. La découverte de ces villages ne leur apporte pas beaucoup de nouvelles expériences remarquables. Tout cela s'explique pourquoi ils hésitent à recommander cette visite à

leur famille/amis (plus de 50% d'enquêtés)[493]. Les motivations touristiques préalables du séjour à Hué chez les touristes domestiques sont, en priorité, la visite des monuments patrimoniaux datant des périodes féodales. D'ailleurs, le tourisme balnéaire et tourisme de pèlerinage attirent également un grand nombre de touristes venant d'autres régions du Vietnam. Les temples et les pagodes à Hué sont très connus qui favorisent le deuxième type de tourisme.

IV.8.1.5 Le développement de *home stay*





Question «Souhaitez-vous loger chez l'habitant ?».

Graphique 61 (à gauche) : 336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).

Graphique 62 (à droite) : 86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Observons tous les deux tableaux ci-dessus, nous notons une différence remarquables entre le choix des enquêtés aux 4 villages et ceux au village de Phuoc Tich. Les derniers (graphique 62) ont envie d'héberger chez l'habitant, de manière authentique, où les touristes partagent des activités avec les autochtones. Il y a d'autres cas où les chercheurs et les étudiants choisissent le *home stay* au Phuoc Tich en raison professionnelle. Ils sont contents de passer des jours en s'immergeant dans la vie quotidienne avec la population locale. C'est donc 100% des enquêtés désirent loger chez l'habitant (dans les maisons traditionnelles) au Phuoc Tich.

Tandis qu'il s'agit d'un décalage du choix chez les enquêtés aux 4 villages (graphique 61) : 62% pour Oui contre 38% disent Non vis-à-vis le *home stay*. Les

493 Voir le résultat des touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 22.

trois villages de Thanh Tien, de Sinh et de Bao La ne développent pas le *home stay*. Seulement l'hébergement chez l'habitant est éparpillé partout aux alentours du village de Thuy Xuan. Les expériences de *home stay* sont variées : *home stay* authentique tantôt l'hébergement dans une maison de la population locale où toutes les chambres sont en location. Donc, les qualités des motivations de logement chez l'habitant sont tout à fait différentes. En fin de compte, la majorité de touristes préfèrent des «vrais» *home stay* où ils peuvent «sentir» le rythme de vie quotidien des locaux où manifestent les mentalités et les habitudes culturelles indigènes.

En ce qui concerne les 218 touristes étrangers[494] et 189 touristes domestiques questionnés[495] au centre-ville de Hué, la majorité souhaite expérimenter d'être logés chez l'habitant afin de découvrir la vie locale et d'avoir des occasions de contacter directement avec les autochtones. Ainsi, le voyage leur apprend à appréhender de nouvelles connaissances socio-culturelles et à reconnaître des mutations des sociétés.

En résumé, l'analyse des résultats des enquêtés (variété d'échantillons de public) nous montrent une partie des points de vue des touristes étrangers et des touristes domestiques vis-à-vis les motivations touristiques, l'évaluation d'organisation des circuits touristiques et les mutations culturelles au sein de l'altérité sociale. De ce fait, tout cela fait partie des propositions touristiques ajoutées parmi les nôtres.

IV.8.2 L'exemple des autres villages de métiers artisanaux

IV.8.2.1 Se poser la question

Bien qu'il s'agit d'une grande différence liée aux plusieurs facteurs : socio-culturels, géographique, géologique, historique, etc. entre des régions vietnamienne et française (Bat Trang, Hoi An et la Borne), dans le cadre de cette recherche, nous essayons d'exploiter des points transversaux à travers les études de cas en mettant en œuvre les points suivants :

- Des visites en faisant des entretiens semi-guidés menés auprès des artisans et des habitants locaux.

494 Voir les résultats des touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 23.

495 Voir les résultats des touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué dans l'Annexe 24.

- L'acquisition d'informations fournies par l'Office du tourisme et les agences de voyages dans ces villages.

- L'acquisition d'informations à travers les médias.

Nos réflexions formées sous la question suivante: *A partir du contexte dans le passé et à l'heure actuelle de ces villages de métiers artisanaux du Vietnam et de la France, qu'est-ce qu'ils pourraient nous apporter et qu'est-ce que l'on peut importer vers les villages traditionnels de TTH ?*

IV.8.2.2 Ce qui fait la réputation d'un territoire

a. Village de Bat Trang: le label de poterie du Vietnam

Il faut parler d'abord du village de poterie de Bat Trang qui se trouve dans la commune de Gia Lam, à 10 km du centre de la capitale de Hanoi, existe depuis le XV[e] siècle[496]. C'est le village de poterie le plus connu au Vietnam grâce à sa qualité, sa variété et sa capacité de concurrence des produits. La grande majorité des habitants locaux (environs 80% de gens) s'engagent dans ce métier. Les artisans qualifiés gagnent bien la vie (le revenu varie entre de 300 € à 500 € par mois en fonction de l'ancienneté)[497]. Ils innovent toujours dans les modèles et diversifient beaucoup dans la création des produits. Puisque le commerce de poterie est très développé, les autres services de tourisme se développent parallèlement dans ce village. Ce village est un exemplaire de la réussite de la préservation du patrimoine immatériel et du développement économique via le métier traditionnel. Le label de la poterie de Bat Trang, en matière de qualité, est vérifié et confiée par les consommateurs vietnamiens[498].

b. Hoi An: un modèle de préservation et de valorisation des patrimoines matériels et immatériels

496 URL :http://www.le-vietnam.net/bat-trang-le-village-de-porcelain-a-cote-de-hanoi/ (consulté le 05 octobre 2017).

497 Entretiens avec Mme. Doan Tu NGUYEN, Mme. Ngoc Huyen DANG, M. Lo LE et M. Thai PHAN, artisans du village de Bat Trang (travail de terrain, 2016 à 2018).

498 URL : http://www.le-vietnam.net/bat-trang-le-village-de-porcelain-a-cote-de-hanoi/ (consulté le 05 octobre 2017).

Se trouve à 126 km du Sud de la province de TTH, la ville de Hoi An est très réputée pour ses villages de métiers artisanaux[499]. Elle a une grande réussite dans la restitution de la vie des métiers traditionnels en préservant ces valeurs patrimoniales grâce au développement du tourisme dans cette région. A savoir, la poterie, la fabrication des lanternes, la confection des sceaux royaux en bois, la fabrication de la soie, la broderie, etc. Après 1975, les métiers risquaient de disparaître en raison de la lacune de productivité[500]. Ayant la même situation historique et sociale des artisans de la province de TTH, ceux à Hoi An ont abandonné au fur et à mesure, en majorité, leur travail pour se diriger vers l'élevage, l'agriculture, le bricolage… afin de gagner leur vie. En prenant la conscience de la conservation de ces valeurs traditionnelles, à partir de 2002[501], le comité populaire de la commune de Hoi An[502] a lancé des stratégies de développement touristiques afin de créer des emplois auprès des autochtones, de diminuer le taux de chômage chez les femmes. Au fur et à mesure, les artisans reprennent leur métier. On peut confirmer que la renaissance des métiers artisanaux traditionnels de la ville de Hoi An est un bon exemple de réussite grâce aux bonnes stratégies à long terme des administrateurs, au professionnalisme des agences de voyage et à la participation de la population avec une grande volonté. Actuellement, elle a une très bonne réputation à l'échelle internationale pour ses produits artisanaux et son développement touristique fulgurant.

c. La Borne: un des plus anciens villages de poterie de la France

Remontons dans le Centre de la France pour visiter le village de la Borne dans le Berry, près d'Henrichemont à 200km de Paris[503]. Connu pour sa poterie traditionnelle de grès, ce village est né depuis le XII siècle grâce à l'argile noire dans

499 URL : http://hoianworldheritage.org.vn/vi/news/Tong-quan-Hoi-An/Gioi-thieu-63.hwh (consulté le 05 octobre 2017).

500 URL : http://vietbao.vn/Xa-hoi/Thanh-lap-thanh-pho-Hoi-An-thuoc-tinh-Quang-Nam/ (consulté le 20 mars 2019).

501 Idem.

502 Hoi An était une commune de la province de Quang Nam. Elle a été nommée en tant que ville en 2008 (URL : URL : http://hoianworldheritage.org.vn/vi/news/Tong-quan-Hoi-An/Gioi-thieu-63.hwh).

503 URL : https://www.laborne.org/fr/ (consulté le 20 mars 2018).

la terre[504]. Il y a 55 artisans dont 12 foyers qui exercent encore ce métier. La majorité des artisans y est installée depuis 1970[505]. Les produits sont en qualité et magnifiques. Les différentes activités (telles que le musée, le centre céramique contemporain, les ateliers d'art…) attirent beaucoup de touristes internationaux. C'est aussi le passage des trajets de l'axe Nord au Sud de l'Hexagone (en passant par Paris). En outre, beaucoup d'artisans internationaux s'y rejoignent pour faire des expositions internationales et des conférences en poterie. Un grand nombre des apprentis[506] ont suivi des formations de poterie dans ce territoire. Ce village se trouve entre la ville de Bourges et Sancerre, c'est pourquoi les visiteurs peuvent découvrir d'autres activités aux alentours : la route des vins, la visite de la cathédrale St-Cyprien, les entremets de Rians, la fromagerie de Chavignol… «Le grand feu» qui a lieu chaque année en fin du mois d'octobre et début de novembre, reçoit un grand nombre de visiteurs et surtout d'artistes nationaux et internationaux dans la poterie et la céramique. Cette région regroupe tout ce qui semble nécessaire pour attirer les touristes, les professionnels et les apprentis et leur faire connaître les différentes techniques au gré de l'histoire. Le village est ouvert de la mi-avril au début novembre. La haute saison de visiteurs est au mois de juillet et d'août[507].

IV.8.2.3 La synthèse des points positifs

Promotion et médiation culturelle :

- Office de tourisme : le secrétariat très fonctionnel (l'accueil, les présentations en langue maternelle et en anglais. Les activités sont bien répertoriées dans les brochures et écrites en plusieurs langues.

504 Entretiens avec des artisans du village de La Borne (travail de terrain de 2016 à 2018).

505 Idem.

506 Les apprentis en poterie sont notamment venus des pays suivants : France, Espagne, Portugal, Italie, Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Angleterre, Danemark, Pologne, Corée du Sud, Japon et Chine. (Entretiens avec la réceptionniste du Centre d'exposition contemporaine et avec la réceptionniste de l'Office du tourisme de la Borne, travail de terrain effectué en 2018.)

507 Entretiens avec des artisans du village de La Borne (travail de terrain de 2016 à 2018).

- Les brochures et les dépliants distribués dans toutes les boutiques et les centres d'exposition.

- Le centre d'exposition, le musée favorisent les touristes à découvrir, de manière vivante, la confection des métiers dans le temps passé.

- La promotion de l'image des villages sur Internet est intéressante et attrayante.

- Les ateliers d'art ont la vocation de motiver et de stimuler le sens artistiques chez les jeunes, les futurs artistes/artisans.

Variété des produits et prix :

- La variété de la création des produits artisanaux grâce aux rencontres et aux partages des artisans locaux et internationaux. Cela contribue à développer la création des modèles, des couleurs ; l'utilité des produits dans la vie quotidienne ; la combinaison des traits culturels traditionnels et contemporains dans les produits.

- Le rapport qualité/prix est raisonnable.

Échanges de savoir-faire et d'expériences

- Les associations d'artisans sont regroupées pour échanger leur savoir-faire, leurs expériences… Ils voudraient créer une charte graphique pour valoriser leur notoriété dans ce métier.

- Les foires d'expositions organisées par les artisans et les professionnels touristiques contribuent à la propagation et à la valorisation les produits artisanaux/artistiques.

- La formation en langue maternelle et en anglais à courte durée pour les apprentis sont organisée dans le cadre des stages et sur RDV.

- L'organisation des concours des produits artisanaux mobilise des jeunes artistes/artisans et motive la conservation des métiers traditionnels.

Développement des infrastructures :

- Les infrastructures publiques sont bien installées (les routes, les centre de loisirs, les aires de pique-nique, les toilettes, les marchés aux puces…)

- Le développement des chambres d'hôte, de l'hôtellerie, de la restauration au sein des villages et à leurs alentours.

IV.8.2.4 Les difficultés majeures

En ce qui concerne la Borne:

- Le manque de contact régulier, réciproque entre les tours opérateurs et l'Office de tourisme. C'est-à-dire, le dernier, lui-même, organise ses propres produits touristiques. Il s'agit d'une absence des brochures de circuits envoyées par les agences de voyages. Les visiteurs sont, en majorité, les touristes de passage, les gens qui visitent le vignoble de Sancerre, les apprentis potiers, les gens qui habitent aux alentours de ce village.

- Selon certains artisans, le nombre de touristes diminue beaucoup. Ils doivent partir ailleurs pour vendre leurs produits (dans les autres régions de la France, en Allemagne, en Espagne, en Belgique…).

- L'office du tourisme et les tours opérateurs ne travaillent pas ensemble. Les gens s'intéressent moins à la poterie. En effet, selon les entretiens avec les artisans de la Borne, ils trouvent que la grande distribution apporte une très large variété de produits venant du monde entier. Cela intéresse les clients qui se détournent plus ou moins des produits traditionnels locaux.

- La localisation de ce village : ce village se trouve assez isolé avec les autres destinations touristiques connues de la France. Donc, les transports communs ne sont pas favorisés les trajets rapides pour y venir.

En ce qui concerne Hoi An :

- Le tourisme de masse, actuellement, est une préoccupation majeure de cette ville.

- La protection de l'environnement, la nature, les rivières doit fait partie des priorités indispensables des tous les acteurs concernés (les autorités, les professionnels, les autochtones et les touristes).

- A cause du tourisme de masse, les individus profitent pour organiser des circuits touristiques spontanés ayant des prix cassés qui engendre une concurrence non-loyale et transparente.

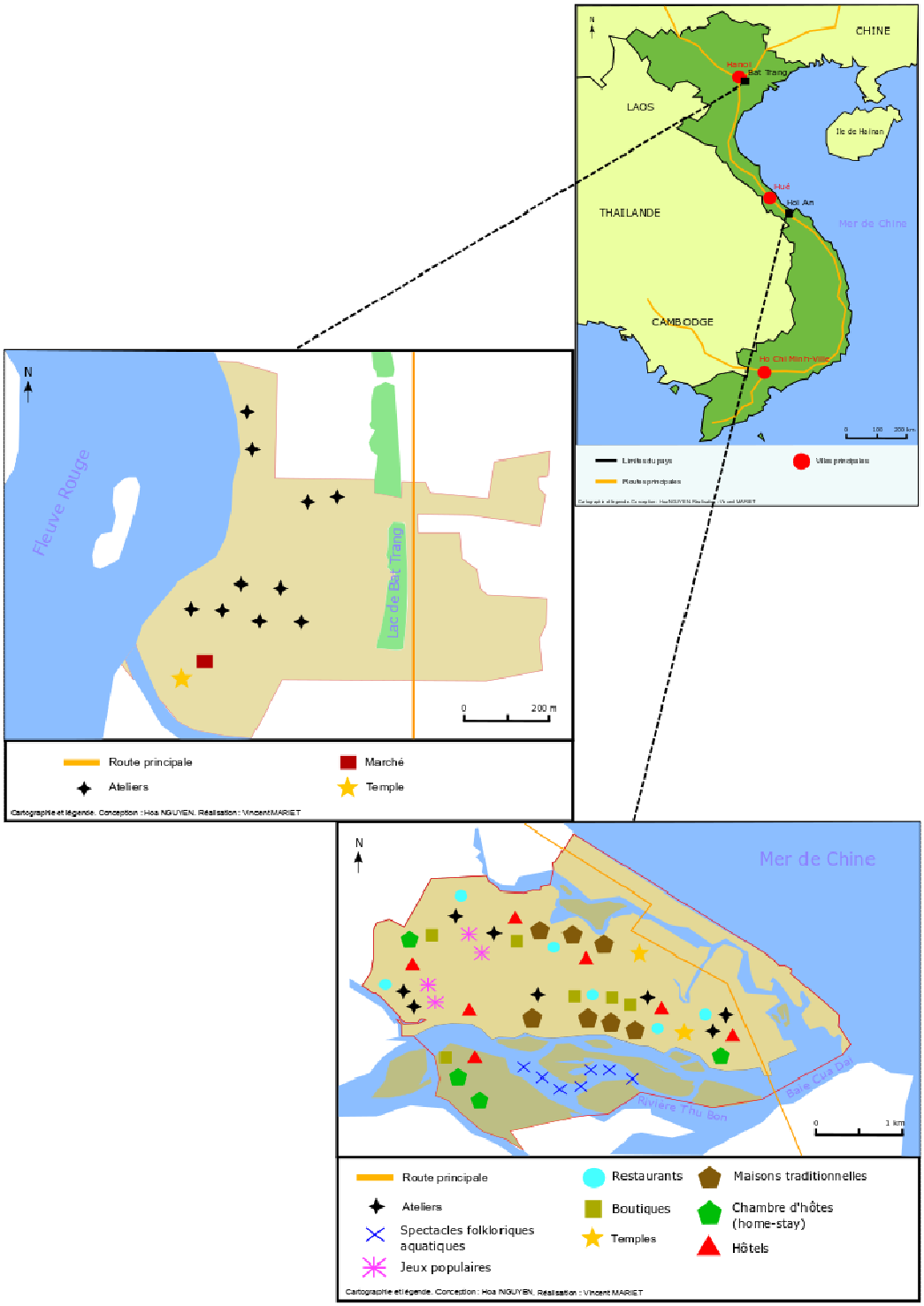
En ce qui concerne Bat Trang : la situation de ce village est similaire à celle de Hoi An

- La grande concurrence de la poterie locale avec celle venant de la Chine (le prix, la variété des modèles, la qualité…).

- Le tourisme de masse engendre les préoccupations majeures sur l'environnement, la nature, la pollution, les zones habitables de la population locale.

- Le mélange des produits en mauvaise qualité nommés «poterie de Bat Trang» vendus par les «corsaires du marché de poterie» évoque le suspect des consommateurs dans le choix des produits et remue la confiance du «label de la qualité» de poterie de Bat Trang.

En conclusion, les exemplaires des villages de métiers artisanaux nous ont aidés à ouvrir une vision transversale et multidimensionnelle sur la préservation et le développement des métiers traditionnels. En plus, la coordination entre la valorisation du patrimoine immatériel et l'accélération du tourisme contribuent à l'amélioration économique et socio-culturelle de la population locale. Parallèlement, nous retenons en leçon des côtés négatifs engendrés par l'existence du tourisme de masse au cours du développement du tourisme communautaire dans ces villages.

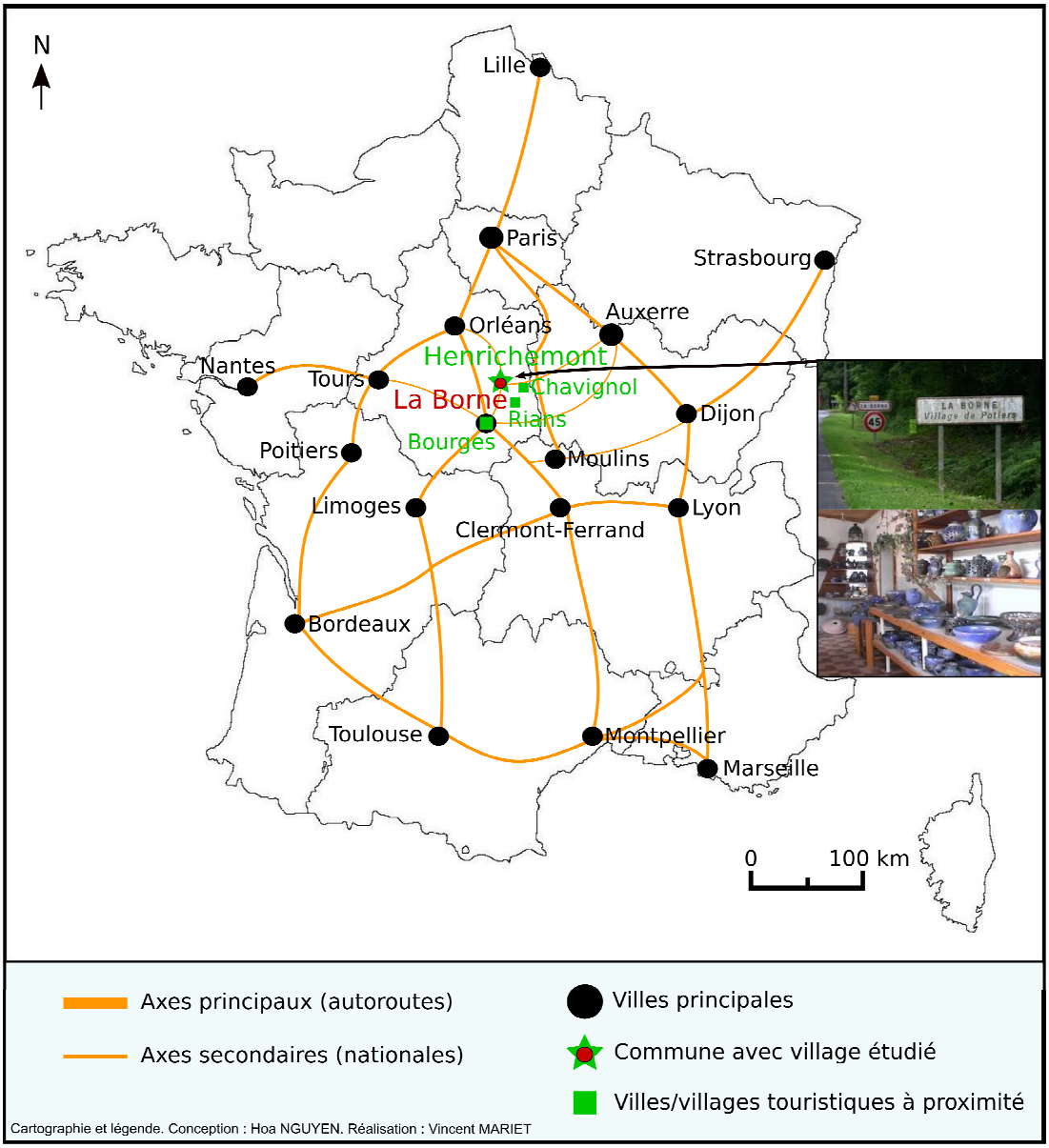


Carte 27 (en haut) : La localisation du village de poterie de Bat Trang et de celui de Hoi An.

Carte 28 (au milieu) : Zoom sur Bat Trang.

Carte 29 (en bas) : Hoi An et ses villages de métiers artisanaux avec l'ensemble des services touristiques.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Carte 30 : Localisation du village de La Borne et des axes routiers importants qui traversent la région.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

IV.8.3 Sur la base des stratégies d'aménagements du tourisme durable et des métiers artisanaux désignées par les autorités de la province de TTH

Les éléments majeurs ont contribué à la durabilité des projets:

- la participation des communautés locales à la gestion, à la réalisation des projets

- la coopération entre les partenaires et les autorités locales

- l'engagement des promoteurs des projets en faveur de l'environnement

- le contrôle permanent des projets

- la favorisation au niveau du cadre réglementaire strict, le soutien et les subventions de l'Etat.

IV.8.3.1 Pourquoi ne pas accélérer davantage l'installation de *home stay* dans les villages de métiers artisanaux?

En 2017, la province de TTH est classée au 6è rang sur les dix destinations les plus attirantes votées par des touristes internationaux au Vietnam[508]. Selon CBRE[509], actuellement, on note 7.481 de logements destinés au tourisme dans la province de TTH. Ce chiffre est véritablement modeste par rapport au besoin estimé de 12.800 logements pour les touristes jusqu'en 2020[510]. Les motivations touristiques des touristes sont mises l'accent sur l'acquisition des nouvelles expériences des cultures indigènes. La volonté de l'immersion dans la vie des autochtones accélère une augmentation des chambres d'hôte, notamment dans les zones où se trouvent les villages de métiers artisanaux.

D'ailleurs, en observant la carte 31, dans la période 1993 – 2006, la zone de la lagune de Tam Giang était connue grâce à sa géographie. Le tourisme communautaire était exploité des activités quotidiennes avec les pêcheurs locaux en combinant le service d'hébergement chez l'habitant. Ayant de bonne réputation des Festivals de métiers traditionnels, les circuits touristiques étaient mis l'accent sur les métiers artisanaux dans la province. Certes, la période 2007 – 2013, des agences de voyages

508 URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/ (consulté le 9 décembre 2017).

509 CBRE : N°1 mondial Conseil immobilier des entreprises.

510 URL : https://sdl.thuathienhue.gov.vn/?gd=4&cn=269&tc=24571 (consulté le 05 juillet 2019).

se sont mis à amorcer des circuits de visite des activités des habitants locaux dans de différentes zones : en montagnes où des ethnies minoritaires gardent toujours leur métier traditionnel : le tissage de Zèng (au district d'A Luoi), en plaines : les villages de cuivrerie, de poterie, de vannerie, etc., et aux régions maritimes : les villages de fabrication de sauce de poisson, de fabrication du sel, de confection des outils de pêche…

Dans ces cinq dernières années, l'expansion des zones du tourisme communautaire a pour but de faire découvrir aux touristes une diversification de cultures locales des ethnies différentes de la province. L'envie du touriste de sortir des cadres commerciaux que lui sont imposés par l'industrie touristique ou sa volonté de passer au *backstage*[511]. L'hébergement chez l'habitant (le *home stay*) est de plus en plus demandé car les touristes commencent à s'éloigner du centre-ville pour découvrir d'autres endroits de la province. C'est le tourisme hors des sentiers battus qui peut concerner aussi bien les lieux lointains, exotiques et inatteignables, restés « vierges » de la présence de touristes (…)[512]. En effet, en dehors des « sentiers battus » (les monuments historiques, les circuits clichés organisés pour le tourisme de masse), les touristes découvrent de nouveaux lieux dits « authentiques » où ils arrivent à dévoiler les autres aspects attirants d'une région. Les touristes cherchent à vivre comme des locaux, les habitants des classes moyennes. Une « transgression réciproque » se met ainsi en place, qui abolit les différences entre les touristes et les résidents ainsi qu'entre les espaces touristiques et les espaces non touristiques[513].

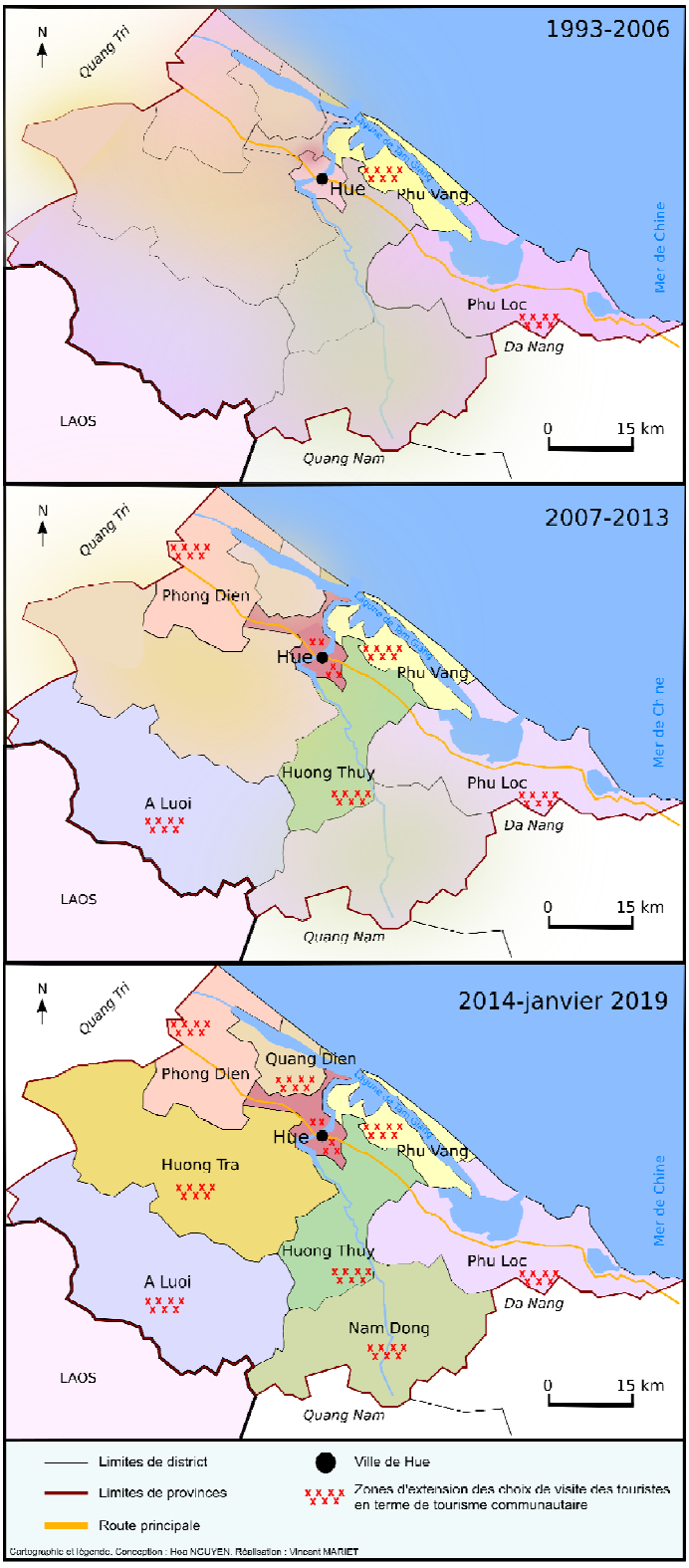
Donc, suivant les nouvelles tendances de pratiques touristiques, le développement des hébergements est mis en évidence, notamment les logements chez l'habitant. Ce service contribue à la lier les habitants locaux et les touristes, à valoriser les patrimoines et les traditions locales.

---

511 MACCANNELL, Dean, *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*, Berkeley, University of California Press, 1976.

512 GRAVARI-BARBAS, M., DELAPLACE, M., «Le tourisme urbain «hors des sentiers battus». Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains», *Téoros*, Volume 34, n° 1-2, 2015.

513 Ibid.



Carte 31 : Évolutions de l'extension des zones du tourisme communautaire de la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

IV.8.3.2 Aménagements touristiques dans les villages de métiers artisanaux

En ce moment, les infrastructures touristiques sont assez modestes dans les villages de métiers artisanaux. Pour pouvoir attirer mieux les touristes, il faudrait investir dans la construction des routes et installer les panneaux indiquant les villages de métiers artisanaux (en vietnamien et en anglais). Les besoins de base pour les touristes (les toilettes publiques, le parking, les poubelles, l'éclairage, les aires de pique-nique…) devraient être mis en place également[514].

L'absence de médiation culturelle vient du manque de la mise l'accent sur l'installation du centre d'exposition ou centre d'information dans les villages ciblés. Certes, centre d'information et/ou centre d'exposition des produits artisanaux jouent le rôle de favoriser la découverte plus profonde et vivante l'évolution des métiers artisanaux liant à l'histoire de la région et aux traditions des autochtones. Ces investissements valorisent davantage le patrimoine immatériel (le savoir-faire) et la culture locale. Il est indispensable de résoudre la question sur la pénurie d'activités touristiques dans ces villages. D'ores et déjà, les espaces rurales devraient être exploitées davantage. Autrement dit, les agences de voyages mettent l'accent sur l'investissement des matériels pour que les touristes puissent participer dans les activités dans les champs de riz avec les agriculteurs : le tableau indiquant le processus de planter le riz (semer les graines, arroser, récolter, battre le riz…) Les touristes peuvent découvrir les types de riz (les catégories différentes et leurs usage…).

En bref, l'investissement des infrastructures touristiques pourraient changer au fur et à mesure la situation actuelle de ces villages dans l'accueil des touristes, l'amélioration de la médiation culturelle, la promotion des activités touristiques. Actuellement, les Services administratifs ont commencé à lancer des investissements matériels (parking et routes) mais ce n'est pas suffisant car cela n'améliorera pas assez la qualité des services et celle des activités touristiques.

---

514 En nous basant sur le rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015 (URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017), nous mettons en proposition des cartographies en termes de projets d'aménagements d'infrastructures touristiques dans les villages de métiers artisanaux (voir Annexe 12).

IV.8.3.3 La liaison des activités touristiques entre les villages de métiers à proximité

En nous basant sur les stratégies de l' «Aménagement des métiers artisanaux de la province de TTH jusqu'à l'an 2020, orientation vers l'année 2025[515]», afin de créer davantage d'activités touristiques dans les villages de métiers artisanaux, il faudrait lier les villages à proximité. Certes, chaque village possède des atouts touristiques différents. Les touristes peuvent visiter plus d'écoumènes touristiques en découvrant une variété des métiers traditionnels à proximité. De ce fait, au lieu de retourner au centre-ville pour dormir[516], ils pourraient choisir le logement chez l'habitant sur place. En outre, pendant les hautes périodes touristiques, le tourisme de masse envahit le centre-ville. Ainsi, les nouveaux circuits sont décentralisés dans d'autres zones apportent des angles d'approche sur la province. C'est aussi la façon pour favoriser le tourisme hors saison[517] en développant d'autres attractions dans les endroits plus lointains dont les villages de métiers artisanaux.

Aux alentours du village de Thuy Xuan, les touristes peuvent visiter le village de cuivrerie de Phuoc Duc, village de fabrication des outils d'agriculture de Thuy Thanh, village de forgerie Bao Vinh. La combinaison entre le village de Thanh Tien, de Sinh, d'An Luu et de My Lam (fabrication des chapeaux coniques), d'An Truyen (fabrication de l'alcool de riz), d'An Duong et de Cu Lai (fabrication de la sauce de poisson) crée des circuits intéressants des métiers traditionnels des habitants locaux. A partir du village de Phuoc Tich, les activités de découverte des métiers artisanaux pourraient être exploitées tels que : la sculpture sur bois (village de My Xuyen), le tissage (village de Van Trinh et village de Trung Thanh), la vannerie (village de Vinh

515 Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.

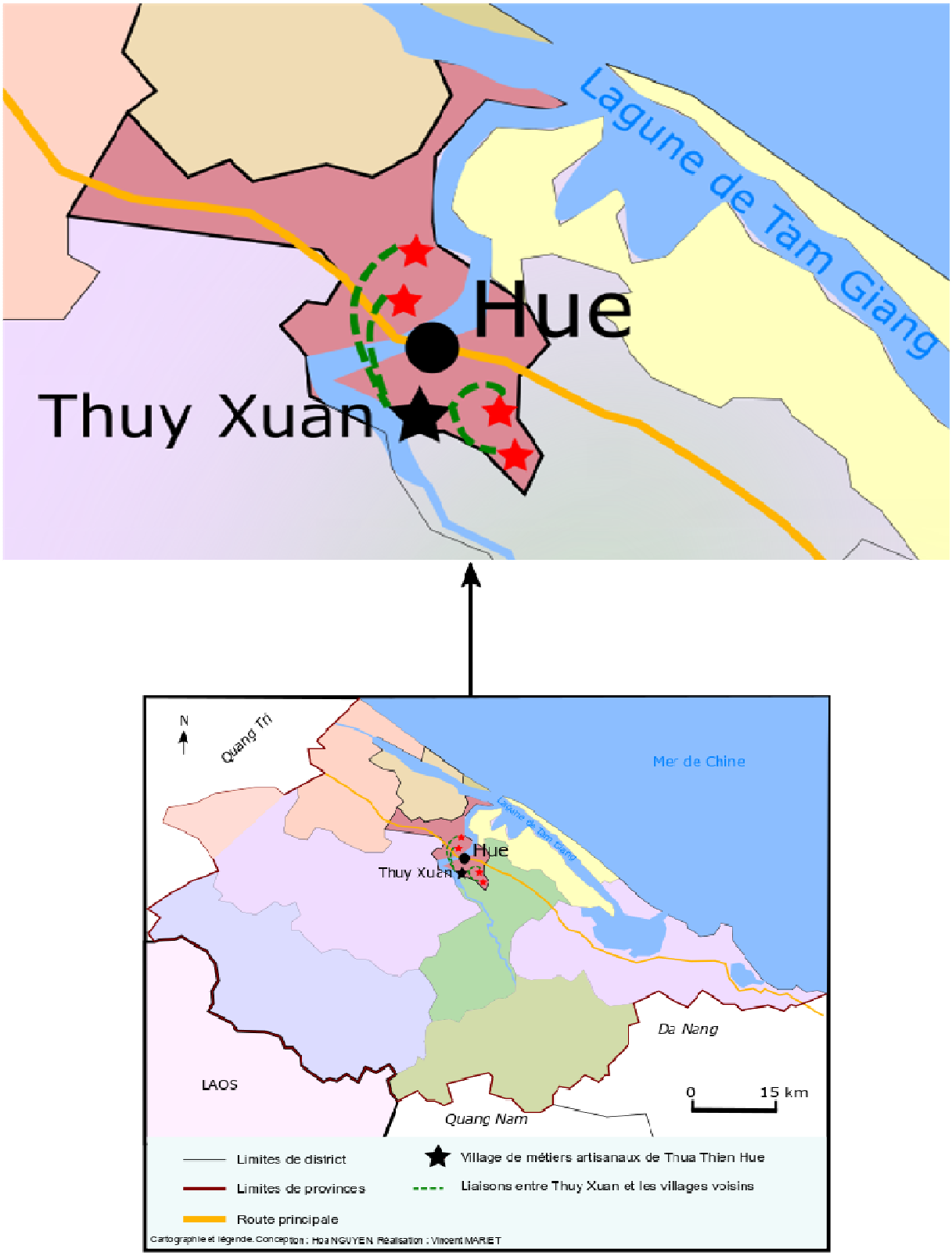
URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

516 Les hôtels et les chambres d'hôtes sont enchevêtrés notamment au centre-ville de Hué parce que les activités nocturnes ne sont pas très développées dans les zones extérieures de la ville. Donc, les touristes y retournent pour dormir en profitant des loisirs.

517 LECHIEN, Xavier, *Tourisme durable : devenir une destination d'excellence*, Paris L'édition professionnelle, 2009.

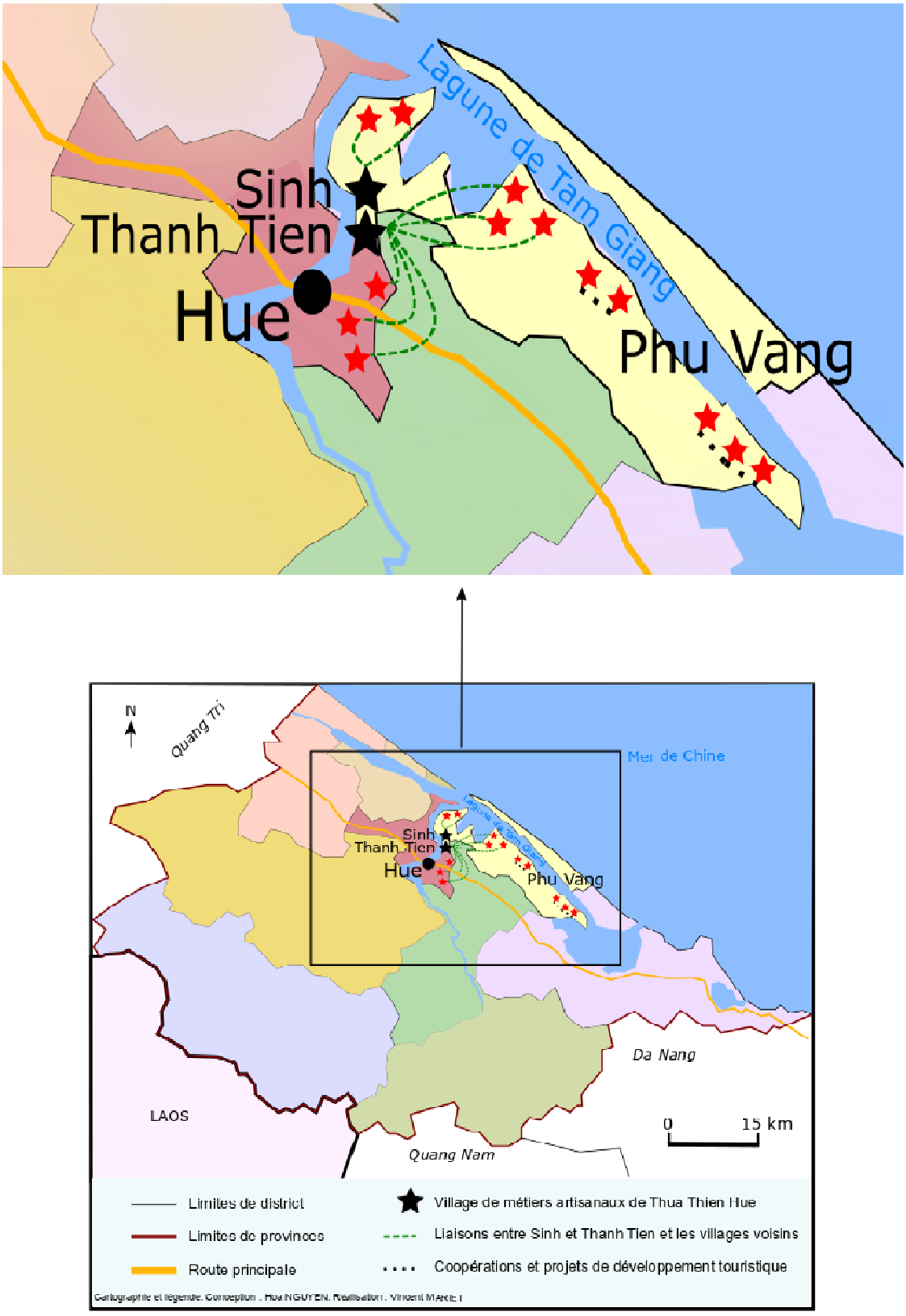
An). A part de la visite du village de Bao La, la découverte d'autres cultures varie les circuits de tourisme culturel, à savoir : la visite du village d'O Sa (fabrication des vermicelles), village d'An Xuan (la broderie), village de confection des chapeaux coniques (Ha Lang et Phu Le).

En bref, la combinaison des villages de métiers artisanaux à proximité est une des solutions de variété des activités touristiques dans l'objectif du développement le tourisme en valorisant les patrimoines et les valeurs traditionnelles locales. D'ailleurs, la liaison des villages de métiers artisanaux renforce le lien coopératif entre eux. Les atouts culturels et traditionnels sont dévoilés et propagés grâce aux pratiques touristiques.



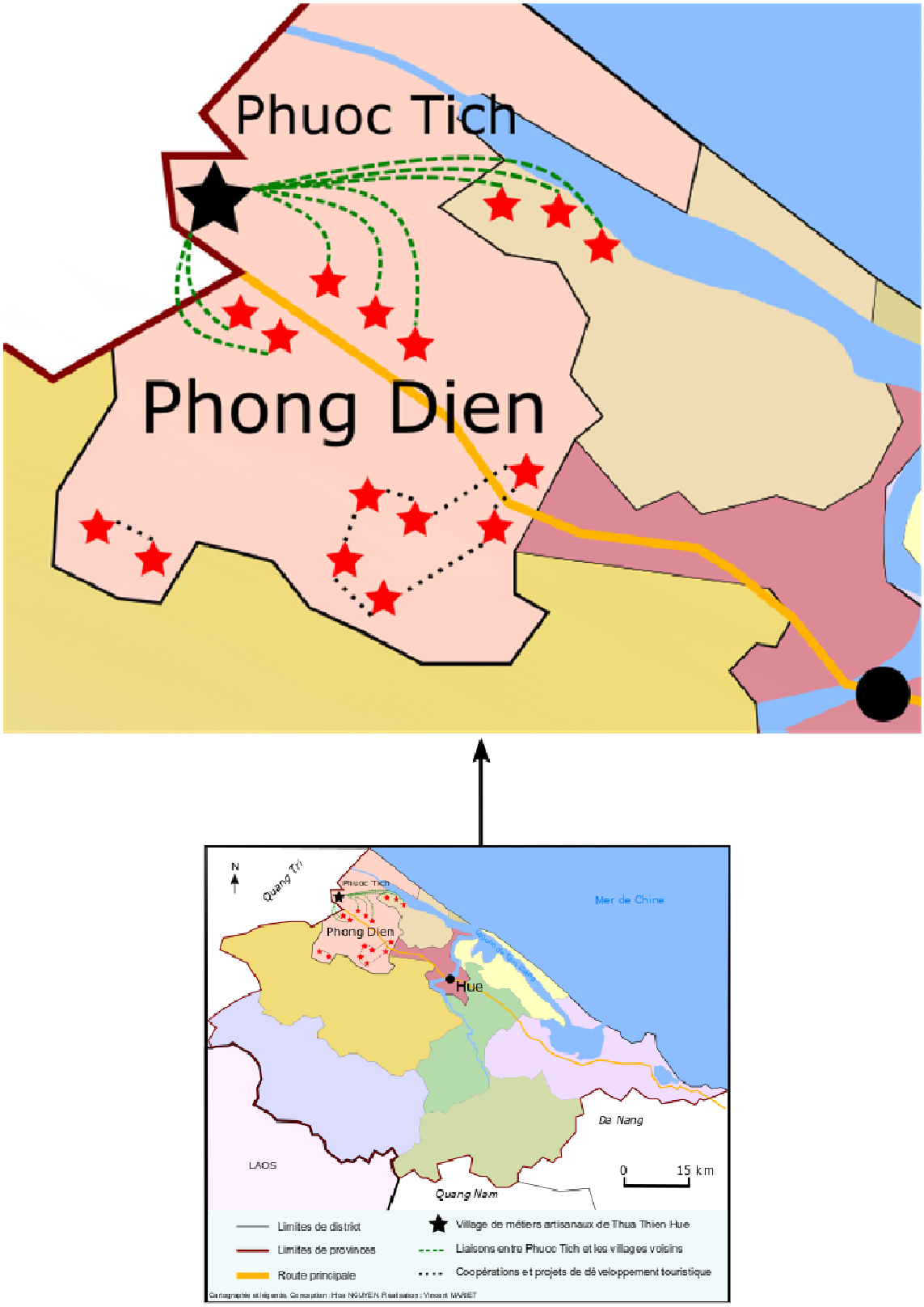
Carte 32 : La liaison des activités touristiques entre Thuy Xuan et ses alentours.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



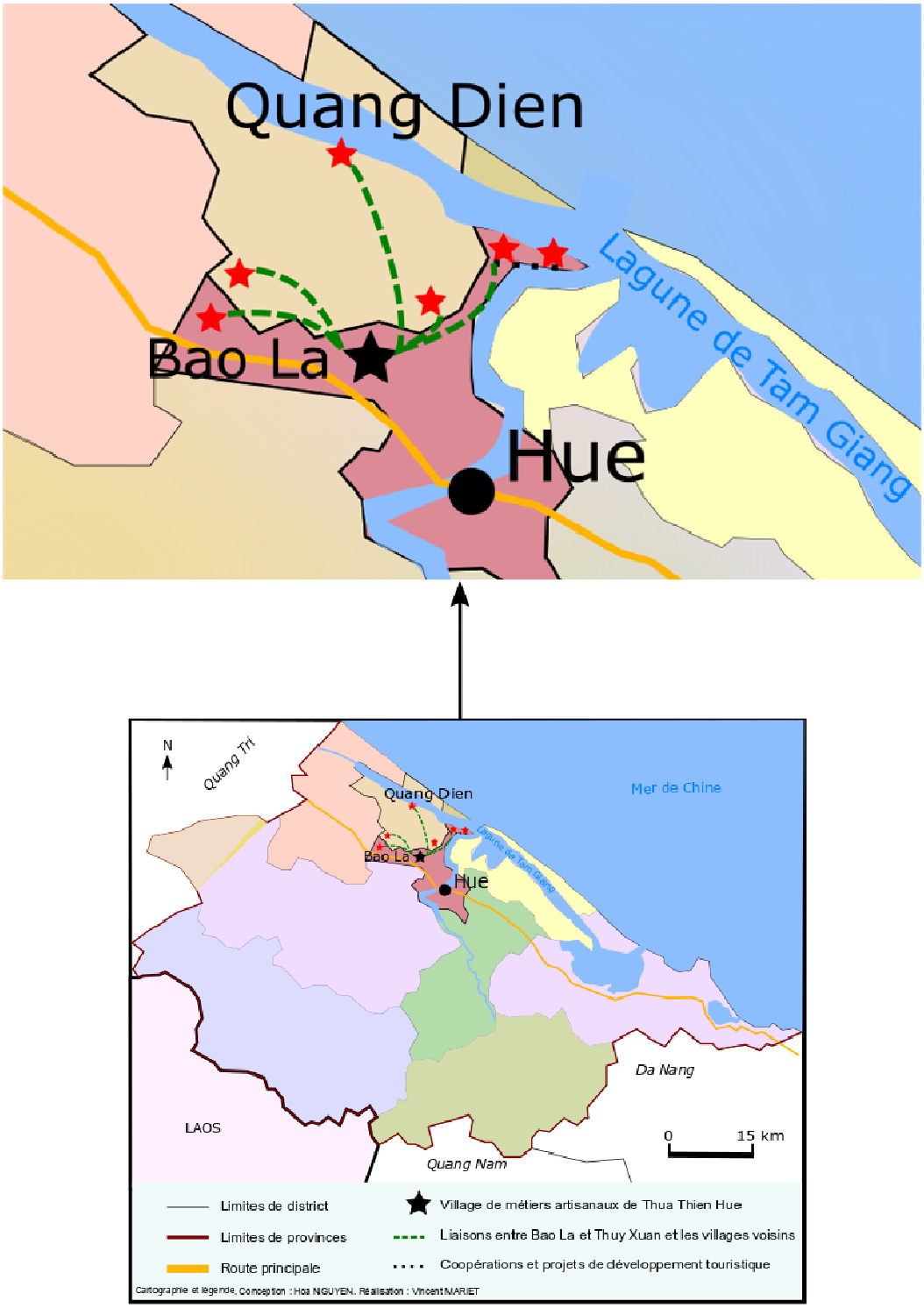
Carte 33 : La liaison des activités touristiques entre Thanh Tien, Sinh et ses alentours.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Carte 34 : La liaison des activités touristiques entre Phuoc Tich et ses alentours.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Carte 35 : La liaison des activités touristiques entre Bao La et ses alentours.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

IV.8.3.4 Création des produits touristiques thématiques en fonction des zones géographiques culturelles-communautaires

En nous reposant sur le rapport de l'«Aménagement général du développement du tourisme de la province de Thua Thien Hué, période 2013 – 2030[518]», nous proposons la création de plusieurs thèmes de tourisme communautaire en fonction de chaque zone géographique. Chaque lieu géologique possède des potentialités touristiques différentes. Dans les communes en plaines, les métiers artisanaux sont plus variés. L'artisanat est réciproquement lié aux métiers exercés dans les villages. Les habitants travaillent beaucoup dans l'agriculture et l'élevage. Ainsi, en parallèle de leur quotidien, le développement du tourisme dans les communautés rurales contribuent grandement à l'amélioration de la vie des locaux. Créer des emplois chez les ethnies minoritaires (surtout pour les femmes), doit se faire avec la participation des autochtones, notamment en montagne, aux activités touristiques. Ces dernières apportent alors de nouvelles expériences aux touristes. Leur métier traditionnel, consistant en tissage de vêtements d'ethnies minoritaires et en fabrication d'objets du quotidien, est d'un grand intérêt pour les touristes. Les ethnies minoritaires sont ainsi motivées à s'instruire et à transmettre leur culture aux touristes.

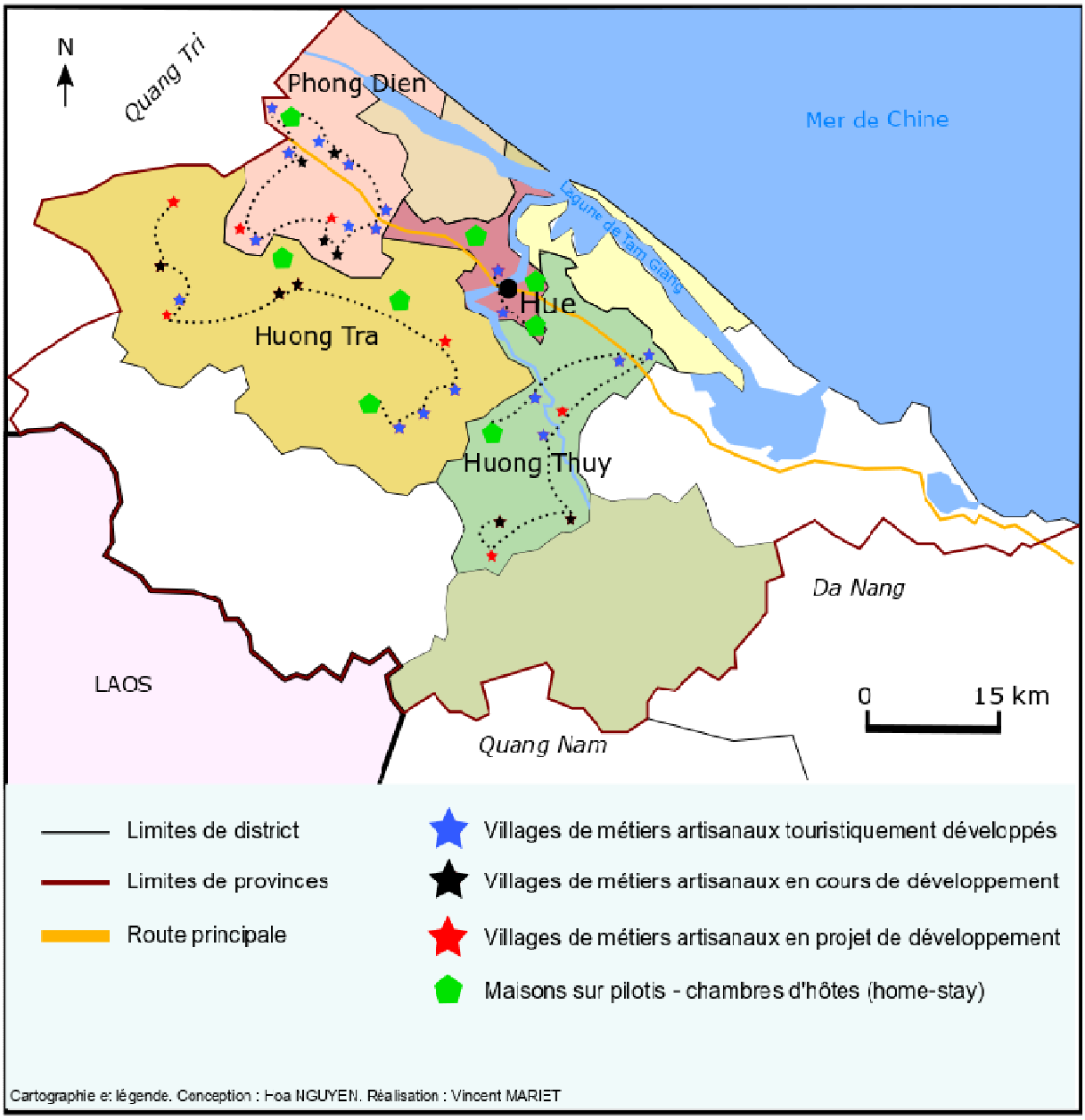
En ce qui concerne le tourisme communautaire dans les zones maritimes, les deux métiers principaux consiste en tissage d'outils de pêche et en fabrication de sauce de poisson. Les expériences de pêche et de nuitée dans les jonques font partie de ces nouvelles découvertes proposées par les populations littorales. Dans chaque zone géographique, le regroupement des villages de métiers artisanaux favorise la création de circuits thématiques de découverte en fonction de la diversité des communautés et de leur métier. Le tourisme communautaire valorise les cultures, les patrimoines locaux et les interactions entre le touriste et l'habitant, ce qui mène par conséquent à des échanges et au partage des altérités. De plus, la création d'emplois

---

518 Rapport du «Aménagement général du développement du tourisme de la province de Thua Thien Hué, période 2013 – 2030», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 1622/QD-UBND, 2013.

URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1622-QD-UBND-2013-quy-hoach-tong-the-phat-trien-du-lich-Thua-Thien-Hue-205625.aspx (consulté le 14 février 2018).

chez les autochtones contribue à déconstruire les clichés et les préjugés sur des lieux méconnus de la province de TTH, lieux sortant des « sentiers battus ».

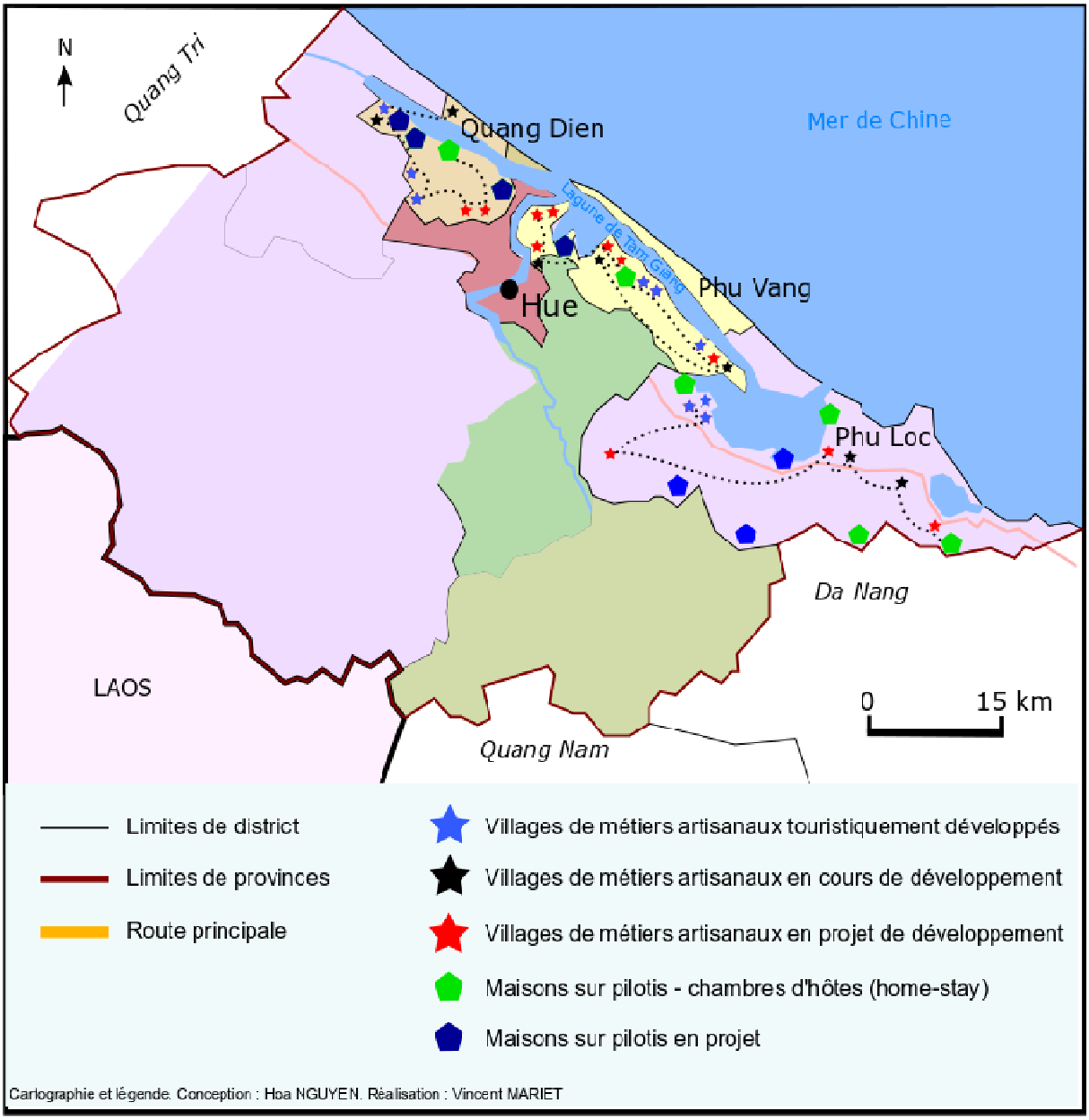


Carte 36 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones de plaines.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

Carte 37 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones de montagne.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)



Carte 38 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones maritimes.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

En 2002, l'OMT a présenté les stratégies à mettre en place afin de *«renforcer les effets bénéfiques généraux du tourisme de manière à ce qu'ils permettent avant tout de réduire la pauvreté :*

- ✓ *Attirer un plus grand nombre de segments de marché très rentables ;*
- ✓ *Prolonger le séjour des touristes ;*
- ✓ *Accroître les dépenses des touristes ;*
- ✓ *Développer des produits complémentaires ;*
- ✓ *Bien répartir géographiquement les effets bénéfiques du tourisme ;*
- ✓ *Améliorer les infrastructures et obtenir des avantages grâce à une bonne planification ;*
- ✓ *Gérer localement le tourisme et les partenariats ;*
- ✓ *Développer les PME ;*
- ✓ *Réduire le caractère saisonnier du tourisme ;*
- ✓ *Mettre l'accent sur l'emploi et la formation.*

Il est également possible d'adopter certaines mesures visant à accroître les effets bénéfiques du tourisme pour l'économie locale dans la zone de destination et à assurer, au bout du compte, une triple durabilité. Ces mesures consistent notamment à :

- ✓ *Faciliter l'accès de la communauté locale au marché du tourisme ;*
- ✓ *Optimiser les liens avec l'économie locale et minimiser les déperditions ;*
- ✓ *Tirer avantage des stratégies d'obtention de revenus existantes, et les compléter, en créant des emplois et en développant les petites entreprises ;*
- ✓ *Veiller à ce que les projets touristiques contribuent au développement de l'économie locale d'une autre manière encore que par leur apport de recettes au niveau national. Il faut également, et dans le même temps, que les*

politiques et pratiques adoptées encouragent et facilitent la préservation du patrimoine naturel et culturel. Elles devraient en outre permettre de minimiser et idéalement d'éliminer les effets négatifs du tourisme sur les communautés locales et les systèmes socioculturels[519]*».*

Nous avons ainsi pris référence de ces propositions afin de nourrir nos réflexions en fonction de l'étude des cas concrets que sont les villages de métiers artisanaux de la province de TTH. Nous avons en effet analysé les avis des touristes enquêtés – les consommateurs des produits touristiques – car ce sont des propositions précises, en fonction de leur point de vue, qui permettront d'améliorer la situation. Les regards croisés que nous posons par le biais des exemples des autres villages de métiers artisanaux régionaux nous apportent de nouvelles réflexions quant au développement du tourisme dans des villages similaires. De nouveaux angles d'approche apparaissent en ce qui concerne le développement du tourisme culturel dans les villages de métiers artisanaux. Enfin, en nous basant sur les textes administratifs, nous pouvons proposer quelques créations de circuits en faisant participer les autochtones au développement du tourisme local et en favorisant les découvertes culturelles-communautaires par les touristes. Ainsi, la valorisation culturelle indigène, en coordination avec d'autres facteurs concernés par le tourisme, est nécessaire pour que *«la politique culturelle soit l'une des principales composantes d'une politique de développement endogène et durable, devant être mise en œuvre en coordination avec d'autres domaines sociaux dans une approche intégrée et qu'en conséquence, toute politique de développement doit être profondément sensible à la culture elle-même*[520]*».*

---

519 «Le tourisme et la réduction de la pauvreté».

URL : https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284405930 (consulté le 12 février 2017).

520 Dans le cadre de la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement, qui s'est tenue du 30 mars au 2 avril 1998 à Stockholm, en Suède.

URL : https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000113935_fre (consulté le 22 mai 2017).

Conclusion de la quatrième partie

«*Pour que les populations indigènes tirent profit du tourisme, il faut instaurer sans plus attendre des mesures qui devront être appliquées de manière soutenue : programmes de formation et de recherche qui promeuvent et surveillent l'utilisation des ressources naturelles selon de nouvelles méthodes adaptées aux styles et rythmes de vie des peuples indigènes et des communautés locales*[521]». Selon l'importance des défis révélés par le processus de développement du tourisme durable dans les villages de la province de TTH, ces propositions visent à améliorer la qualité de vie des autochtones et à préserver leurs métiers artisanaux.

[521] GONZALO AGUIRRE, Pérez, «Amérique latine : respecter les souhaits des groupes indigènes», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Tout au long de ce travail, nous avons cherché à réfléchir au lien entre développement du tourisme et maintien de traditions culturelles, en prenant pour cas d'étude les métiers artisanaux du Vietnam central.

Nous avons tout d'abord clarifié les caractéristiques des métiers artisanaux, leurs valeurs, ainsi que leur évolution au cours de l'histoire. Les changements socio-politiques du Vietnam ont en effet modifié certaines traditions et cultures des communautés villageoises, notamment l'artisanat. Mais l'arrivée progressive du tourisme dans les villages a ressuscité les métiers artisanaux. Nous avons ainsi effectué l'analyse des mutations touristiques de ces lieux en tenant compte des interactions entre les individus ou les groupes concernés (l'habitant/l'artisan, le guide touristique, les administrateurs, les professionnels et le touriste). Les éléments avantageux du tourisme permettant la création d'emplois chez les autochtones, on s'aperçoit que ces derniers jouent un rôle central dans la trajectoire du développement durable du tourisme local. Le développement touristique doit s'appuyer sur le patrimoine car la réussite de la valorisation touristique de ce patrimoine est un bon moyen de promouvoir une culture patrimoniale, de la véhiculer et de contribuer à la lutte contre la pauvreté de la population d'accueil[522]. En parallèle, les barrières empêchant le développement touristique de ces villages ont été mises au jour en fonction du contexte actuel. De ce fait, nous avons tenté de formuler quelques propositions en nous basant sur les études de terrain effectuées auprès des touristes et des villages pris en exemple, ainsi que sur les textes administratifs importants rédigés en faveur du développement à long terme des métiers artisanaux.

Relisons la problématique énoncée dans l'introduction : «**Quelles sont les retombées économiques et sociales du développement touristique et de la mise en développement durable des villages de métiers artisanaux de la province de TTH ?»**

---

[522] VO THANH, Tan, «Tourisme durable, patrimoine et pauvreté. Proposition de stratégies de gestion dans la valorisation touristique des maisons-jardins traditionnelles de Hué», *Colloque Le tourisme durable et la lutte contre la pauvreté*, 2008.

Rappelons pour commencer les principaux enseignements de nos terrains d'enquête :

L'étude de terrain effectuée au centre-ville de Hué auprès des touristes domestiques et étrangers par l'intermédiaire d'enquêtes, montre que leurs motivations s'attachent avant tout aux attentes issues des visites culturelles et communautaires dans les villages de métiers artisanaux.

L'étude de terrain effectuée *in situ* auprès des touristes (enquêtes réalisées dans les cinq villages de métiers artisanaux) permet de dévoiler leurs choix, leur participation aux activités touristiques, leurs interactions avec les autochtones et donc également leurs attentes vis-à-vis de l'amélioration des circuits touristiques.

Les entretiens réalisés auprès des artisans de ces villages mettent en évidence leur participation au tourisme (à travers la confection des produits artisanaux et la mise en place d'activités touristiques supplémentaires), leurs préoccupations ainsi que leurs espoirs vis-à-vis de la préservation et de la valorisation des métiers artisanaux et de l'amélioration du niveau de vie économique des habitants locaux, par l'intermédiaire du développement touristique au sein de ces villages.

Les entretiens effectués auprès des guides touristiques permettent de souligner le rôle de liaison entre les acteurs touristiques (l'habitant, le touriste et l'agence de voyage), lors du processus de diffusion de l'image touristique et des valeurs culturelles des villages.

Les entretiens réalisés auprès des professionnels font réaffirmer leur rôle incontestable quant au fait : de rapprocher la population locale des touristes et vice-versa ; d'orienter les motivations des touristes par le biais de la promotion d'un imaginaire touristique ; d'investir en matière de financement et de personnel dans les villages ; et enfin de créer davantage d'activités touristiques par l'apport de nouveaux emplois chez les autochtones.

Les entretiens effectués auprès des administrateurs montrent l'importance de leurs investissements dans les domaines de la promotion, du financement, des stratégies de développement des métiers artisanaux et de l'organisation de formations pour les habitants. Ils tiennent le fil rouge de l'orientation des

aménagements touristiques auprès des professionnels et des habitants locaux. La coopération entre les différents services administratifs contribue au développement des villages de métiers et à l'amélioration du niveau de vie de la population locale.

Les approches et les analyses de ces travaux clarifient ainsi successivement la problématique énoncée. La totalité des acteurs concernés ont apporté leur contribution directe ou indirecte au développement touristique des villages de métiers artisanaux : la création d'emplois (notamment le travail pour les femmes) ; la préservation des métiers traditionnels ; la valorisation patrimoniale, culturelle et historique ; les mutations sociales et culturelles liées à la rencontre entre artisans/habitants et touristes ; la rencontre entre artisans de différentes régions.

Cette thèse pose également la question de la durabilité du développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux. Les pierres angulaires du tourisme durable (écologique, social et économique) jouent le rôle de catalyseur dans le développement des communautés[523]. Il paraît raisonnable de mieux gérer l'environnement mais cette préoccupation n'est ni nouvelle ni absente dans les lieux touristiques, où au contraire « la nature » a toujours été considérée comme un argument de vente[524]. Le tourisme durable est un « paradigme adaptatif » qui ne peut être normalisé. C'est pourquoi nous considérons que les projets touristiques doivent s'inscrire dans un programme cohérent de développement local ou territorial où les décisions à finalité touristiques sont adaptées de façon rationnelle à la diversité des contextes[525].

Dans le contexte concret des villages de métiers artisanaux, les activités touristiques se limitent au seul thème de la confection de produits artisanaux. Il faudrait exploiter d'autres atouts touristiques afin d'attirer les touristes à venir pratiquer de nouvelles expériences locales. La variété des pratiques touristiques

---

523 COLLECTIF, *Tourismes 3 : la révolution durable*, Paris, Equipe MIT / Editions Belin, coll. Mappemonde, 2011.

524 PICKEL, Sylvie, KNAFOU, Rémy (dir.), *Représentations et pratiques de la Nature dans les stations atlantiques françaises. Une construction sociale évolutive*, Thèse de doctorat en géographie, Paris, Paris 7-Denis Diderot, 2004.

525 BARTHE, Laurent, *Outils et méthodes pour une structuration du tourisme rural*, Paris, Secrétariat d'Etat au tourisme, 2004.

devrait toutefois aller de pair avec la protection de l'environnement, l'aménagement du territoire et la responsabilité sociale des acteurs qui y sont liés, notamment au regard des projets d'hébergement chez l'habitant et des activités dans les zones rurales. Il est d'ailleurs essentiel de préserver toute l'authenticité et toute l'intégrité dans la façon dont les biens du patrimoine culturel sont gérés, présentés et promus. Les stratégies de sauvegarde et de promotion du patrimoine culturel devraient être ainsi complémentaires.

L'activité touristique peut être à la fois un atout pour les populations locales, comme elle peut avoir des effets destructeurs. L'exemple des villages de métiers artisanaux ciblés a pu ainsi montrer d'abord, les apports du tourisme au regard des mutations sociales et de la création d'emplois pour les autochtones, mais se pose aussi la question de l'aménagement touristique et de la protection environnementale : ce sont des préoccupations qui s'imposent dans le cadre du développement durable. En effet, comme l'explique François VELLAS, *«les nuisances du tourisme sont particulièrement importantes et graves à la fois en termes d'environnement naturel et surtout du point de vue social et humain*[526]*»*. Jusqu'à maintenant toutefois, le tourisme n'a pas eu de retombées négatives (impact environnemental, fléaux sociaux…) dans les villages de métiers artisanaux que nous avons étudiés.

En ce qui concerne la création d'emploi pour les autochtones, le tourisme a encore peu fait car il ne touche aujourd'hui qu'une partie de la population locale. Ainsi, en espérant l'essor le tourisme communautaire dans ces villages, il est d'ores et déjà indispensable de prévoir des stratégies et des politiques plus favorables à l'ensemble des habitants du territoire. Il semble en effet impératif de toujours lier ensemble le développement économique, l'éthique sociale et environnementale, et le bien-être des communautés.

526 VELLAS, François, « Tourisme facteur de développement », dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE

- Circulaires et décisions (en langue vietn amienne) :

Rapport du «Projet de la mise en place des programmes de pointe du développement du tourisme et des services de la province de Thua Thien Hué en 2019», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 208/KH-UBND, 2018.
URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Ke-hoach- 208-KH-UBND-2018-Chuong-trinh-trong-diem-phat-trien-du-lich-dich-vu- Hue-2019-403475.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

Arrêté du «Développement des métiers ruraux», Gouvernement vietnamien, Numéro 52/2018/ND-CP, 2018.
URL : https://thuvienphapluat.vn/van- ban/Linh-vuc-khac/Nghi-dinh-52-2018-ND-CP-phat-trien-nganh-nghe-nong- thon-326098.aspx (consulté le 02 juin 2018).

Rapport de l'«Aménagement du développement des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hue jusqu'en 2020, orientation pour l'année 2025», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 111/QĐ-UBND, 2015.
URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-111-QD-UBND-2015-phat-trien-nghe-truyen-thong-Thua-Thien-Hue-281750.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

Rapport de l'«Aménagement général du développement du tourisme de la province de Thua Thien Hué, période 2013 – 2030», Le Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 1622/QD-UBND, 2013.
URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1622-QD- UBND-2013-quy-hoach-tong-the-phat-trien-du-lich-Thua-Thien-Hue- 205625.aspx (consulté le 14 février 2018).

Décision de l'«Aménagement global pour le développement du tourisme du Vietnam, d'ici 2020 et à l'horizon 2030», Premier ministre, Numéro 201/QD-Ttg, 2013.
URL : http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/noidungquyhoachnganh?docid=1698&substract=&strutsAction=ViewDetailAction

.do (consulté le 24 octobre 2017).

Décision de «la pérennisation et du développement des villages de métiers», Ministère de l'agriculture et du développement rural du Vietnam, Numéro 2636/QD-BNNPTNT, 2011.
URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van- hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-2636-QD-BNN-CB-phe-duyet-Chuong-trinh-Bao-ton-va-phat-trien-132512.aspx (consulté le 28 décembre 2017).

Décision des «Critères du classement des villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué», Comité populaire de la province de Thua Thien Hué, Numéro 1698/2006/QĐ-UBND, 2006. URL : https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Van-hoa-Xa-hoi/Quyet-dinh-1698-2006-QD-UBND-Quy-dinh-tam-thoi-tieu-chuan-lang-nghe-147925.aspx (consulté le 28 décembre 2018).

- Publications en langues française et anglaise :

COLLECTIF, *Tourism for development. Volume I : Key areas for action*, Madrid, World Tourism Organization (UNWTO), 2018.

COLLECTIF, *Tourismes 3 : la révolution durable*, Paris, Equipe MIT / Editions Belin, coll. Mappemonde, 2011.

COLLECTIF, *Guide du savoir-faire «Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser»*, Paris, ODIT France, 2009.

COLLECTIF, Université de l'Economie nationale du Vietnam, *Les métiers traditionnels du Vietnam*, Hanoi, 2009.

COLLECTIF, *Le tourisme et la réduction de la pauvreté*, Madrid, Editions de l'OMT, 2002.

COLLECTIF, *Tourism at world heritage cultural sites: the site manager's handbook*, Paris, ICOMOS, 1993.

COLLECTIF, *L'inter-culturalisme : de l'idée à la pratique didactique et de la pratique à la théorie*, Strasbourg, Conseil de l'Europe, 1986.

COLLECTIF, *Tourisme et développement durable. De la connaissance des marchés à l'action marketing*, Paris, Editions Atout France, 2011.

A

ABDALLAH-PRETCEILLE, M., *Quelle école pour quelle intégration ?*, Paris, Éditions Hachette, 1992.

AMIROU, Rachid, *Imaginaire touristique et sociabilité du voyage*, Paris, PUF, 1995.

AMIROU, Rachid, *Le tourisme local : une culture de l'exotisme*, Paris-Montréal, L'Harmattan, 2000.

ARCHAMBAULT, Yves, «Tourisme et autochtones», *Téroros*, vol. 29, n° 1, 2010.

ARDIKA, Gede, «Indonésie : pour un tourisme communautaire», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

ASHLEY, C., et MITCHELL, J., «Évaluer l'impact des revenus du tourisme sur la pauvreté», *Briefing Paper 21*, Overseas Development Institute, juin 2007. URL : http://www.gret.org/static/cdrom/bds/document_pdf/numero_15/Evaluer%20limpact%20des%20rev%20du%20tourisme%20sur%20l%20pauvrete.pdf

B

BARLET, Sandra et COLLOMBON, Jean-Marie, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

BARRÉ, Hervé, «Les politiques culturelles pour le développement : enjeux de la sauvegarde du patrimoine et du développement durable», *Tourisme et environnement : les enjeux naturels, culturels et socio-économiques du tourisme durable*, colloque organisé par le Conseil de l'Europe (Direction de l'environnement et des pouvoirs locaux) en coopération avec le ministère letton de la protection de l'environnement et du développement durable, Strasbourg, Editions du Conseil de l'Europe, 2000.

BARTHE, Laurent, *Outils et méthodes pour une structuration du tourisme rural*, Paris, Secrétariat d'Etat au tourisme, 2004.

BAUMAN, Z., *Questions d'identités culturelles*, Buenos Aires-Madrid, Amorrortu ed., 2003.

BÉVILLE, G., «le tourisme solidaire, levier du développement», *Revues espaces*, n° 220, 2004.

BLONDY, Caroline, BART, François (dir.), *Les territoires touristiques polynésiens : une lecture géographique de la participation de la société locale au système*

touristique, Thèse de doctorat en Géographie, Bordeaux, Université Michel de Montaigne– Bordeaux III, 2010.

BONIVI, E., *Autrui culturel, Autrui langagier, Interculturalité et communication*, Revue Interculture n°1, 1999.

BOUCHAÏB, Abdallaoui, «Le management des compétences, moteur de développement d'une industrie hôtelière au Maroc», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

BRETON, Jean-Marie, «La sensibilisation des communautés locales à la gestion du patrimoine environnemental», dans BRETON, Jean-Marie (dir.), *Tourismes, environnement et aires protégées (Antilles-Guyane/Haïti/Québec)*, Paris, Editions Karthala, 2004.

BRETON, Jean-Marie, «Tourisme, Société, Culture et Pauvreté : Les ambiguïtés d'une politique développementale», dans BOUJROUF, Said et TEBBAA, Ouidad, (dirs.), *Tourisme et pauvreté*, Paris, Editions des Archives contemporaines, coll. Agence universitaire de la francophonie, 2011.

BRUNDTLAND, Gro Harlem (dir.), *Commission mondiale sur l'environnement et le développement*, Québec, Roger Léger, 1988.

C

CHABLOZ, Nadège, «Vers un éthique du tourisme ?» et «Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs ?», *Autrepart*, n° 40, 2006.

CHABOUD, C., MÉRAL, P., ANDRIANAMBININA, D., «Le modèle vertueux de l'écotourisme : mythe ou réalité ? L'exemple d'Anakao et Ifaty-Mangily à Madagascar», *Mondes en développement*, Volume 32, n° 125 : Tourisme et développement, 2004.

CHARAI, Zineb, *Les effets du tourisme sur l'identité culturelle : le cas de la médina de Fès*, thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Nice, Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

CROZAT, D., et ALVES, D., *Le touriste et l'habitant*, Paris, Editions Connaissances et Savoirs, 2018.

COLLOMBON, Jean-Marie, BARLET, Sandra, RIBIER, Danièle (dirs), «La contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté», dans *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

CURIE, Raymond, «Interculturalité et citoyenneté à l'épreuve de la globalisation. Enjeux et intérêts des échanges entre la culture française dominante et les autres cultures, face à l'ouverture des marchés économiques et au développement des politiques libérales», Paris, L'Harmattan, coll. Logiques sociales, 2006.

D

DE KADT, E., «Tourisme : Passeport pour le développement ?, Editions Economica», publié par la banque mondiale de l'UNESCO, Paris, 1980.

DECOUDRAS, Jean-Marie (dir.), *Tourisme durable et lutte contre la pauvreté*, Paris, Actes du colloque international, 2008.

DEMORGON, J., «Le travail de l'interculturel : une nouvelle perspective pour la formation», *Revue pratiques des formations-analyses*, n° 37/38, Février 1999.

DOLLFUS, André, « Les enjeux et défis du tourisme responsable », dans COLLOMBON, Jean-Marie, BARLET, Sandra, RIBIER, Danièle (dirs), *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

DURSUN, N., «Les obstacles dans les relations interculturelles ; La médiation et les missions du médiateur interculturel», *Revue Pensée plurielle*, n° 3, 2001.

E

EMELIANOFF, Cyria, KNAFOU, Rémy et STOCK, Mathis, «Développement durable», dans LÉVY, Jacques et LUSSAULT, Michel (dirs), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, 2003.

F

FAYMAN, S., COHEN-EMERIQUE, M., «Médiateurs interculturels, Passerelles d'identités», *Revue Connections*, n° 85, 2005.

FLINZ, C., CARPI, E., FARINA, A., "Le guide touristique : lieu de rencontre entre lexique et images du patrimoine culturel », Firenze University Press, Vol. II, 2017.

G

GEMMA, Francès et Tudel, «Le tourisme rural, une forme de développement durable dans les Pyrénées catalanes», dans CLARIMONT, Sylvie et VLÈS, Vincent (dirs.), *Tourisme durable en montagne. Entre discours et pratiques*, Paris, AFNOR, 2008.

GÉRAUD, M.O., LESERVOISIER, O., POTTIER, R., *Les notions clés de l'ethnologie*, Paris, Armand Colin, 2004.

GILLOT, Laurent, «La mise en valeur du patrimoine archéologique comme outil de développement. L'exemple du développement touristique en République Arabe Syrienne», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

GONZALO AGUIRRE, Pérez, «Amérique latine : respecter les souhaits des groupes indigènes», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

GRAVARI-BARBAS, M., DELAPLACE, M., «Le tourisme urbain "hors des sentiers battus". Coulisses, interstices et nouveaux territoires touristiques urbains», *Téoros*, Volume 34, n° 1-2, 2015.

GREFFE, Xavier, *Economie des politiques publiques*, Paris, Dalloz, 1984.

H

HERIJAONA, Randriamanantenasoa, «Madagascar : un modèle d'écotourisme», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

I

IREP, Virgile, *Atouts et limites du tourisme durable dans la Caraïbe micro insulaire. L'écotourisme*, Paris, L'Harmattan, 2010.

L

LAMIZET, B., *La médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1999.

LAURENT, Alain, *Tourisme solidaire et développement durable*, Nogent-sur-Marne, Les Editions du Gret, 2004.

LAURENT, Alain, «Les obstacles au développement durable et au tourisme responsable», dans CLARIMONT, Sylvie et VLÈS, Vincent (dirs.), *Tourisme durable en montagne. Entre discours et pratiques*, Paris, AFNOR, 2008.

LE, Thi My Binh, «Tourisme et développement durable sur le littoral et les îles de la baie de Nha Trang (Vietnam)», thèse de doctorat, La Réunion, Université de La Réunion, 2012.

LECHIEN, Xavier, *Tourisme durable : devenir une destination d'excellence*, Paris L'édition professionnelle, 2009.

LEROUX, Erick, «Tourisme durable et enjeux stratégiques. Introduction», dans *Management & Avenir*, n° 56, 2012.

LOZATO-GIOTART, Jean-Pierre et BALFET, Michel, *Management du tourisme. Territoires, systèmes de production et stratégies*, Paris, Pearson Education France, 2007.

M

MACCANNELL, Dean, «Tourism and cultural identity», dans Todorov, T. et al., *Cruce de culturas y mestizaje cultural*, Barcelona, Jucar, 1988.

MACCANNELL, Dean, *The Tourist, a New Theory of the Leisure Class*, Berkeley, University of California Press, 1976.

MANZIONE, J.-G., «Le tourisme durable, composante essentielle du marketing touristique», *Cahier Espaces*, n° 67, 2000.

MARNEZY, A., «L'agriculture dans les pays savoyards : agriculture, activités traditionnelles et développement touristique» [En ligne]. URL : http://www.savoie-archives.fr/archives73/dossiers_sabaudia/agriculture/public1.php

MERLIN, Pierre, *Tourisme et aménagement touristique : des objectifs inconciliables ?*, Paris, La Documentation française, 2008.

MOINET, François, *Tourisme rural. Concevoir, créer, gérer (5e édition)*, Paris, Editions France-Agricole, coll. Agri Decisions, 2012.

N

NÉRAUD, Frédéric, «Sauvegarde et valorisation du patrimoine comme outil de développement du tourisme durable», dans Deperne, Hervé (dir.), *Acte du colloque. Le tourisme durable*, Paris, l'Harmattan, 2007.

NGO, Duc Thinh, *Les régions et leurs cultures au Vietnam*, Paris, Editions Sciences et Sociétés, 1993.

NGUYEN, Thi Huong Hue, «Habiter le patrimoine : la maison-jardin à Hué», thèse de doctorat, Bordeaux, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2013.

O

ONGHENA, Yolanda, «Le tourisme, hospitalité ou parasitisme ? De l'observation à l'interaction», dans BATAILLOU, Christian et SCHÉOU, Bernard (dirs.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, coll. Etudes, 2007.

ORIGET, Claude, *Le tourisme culturel*, Paris, PUF, 2001.

P

PATIN, Valéry, *Tourisme et patrimoine,* Paris, Les études de la Documentation française, 2005.

PATTIEU, Sylvain, *Tourisme et travail*, Paris, Presses de Sciences Po, 2009.

PAYEN, Ariane, «Les habitants : acteurs du développement dans les projets de mise en tourisme ? Cas du Parc National de Loango au Gabon», *Via* [En ligne], 4-5 | 2014, mis en ligne le 26 octobre 2014, consulté le 09 octobre 2019. URL : http://journals.openedition.org/viatourism/892

PICKEL, Sylvie, KNAFOU, Rémy (dir.), *Représentations et pratiques de la Nature dans les stations atlantiques françaises. Une construction sociale évolutive*, Thèse de doctorat en géographie, Paris, Paris 7-Denis Diderot, 2004.

PRYEN, Stéphanie, *Guide touristique : enjeux interculturels d'un métier de rencontres*, Ethnologie française, vol. 37, 2007.

R

RAKHMATOVA, Zamira, «Tourisme et autonomisation des communautés locales. Le cas de la région du Pamir tadjik», *Téoros*, Volume 34, n° 1-2, 2015.

RAMOU, Hassan, «L'échange interculturelle : un enjeu fondamental de la durabilité du tourisme», dans TRESSERRAS, Jordi, MEDINA, François-Xavier, SANTONJA, Paqui et SOLANILLA, Pau (dirs.), *Actes du colloque Turismo y cooperacion al desarrollo en el Mediterraneo*, Madrid, Collection Ibertur – Turismo cultural, 2009.

RASSE, P., «Traces, patrimoine, mémoire des cultures populaires», *Colloque bilatéral franco-roumain Traces, mémoire et communication*, Bucarest, les 23 et 24 juin 2014.

RASSE, P., «La médiation entre idéal théorique et application pratique», *Revue Recherches en* communication, n° 13, 2000.

RAVIX, Jacques-Laurent, «L'éthique du tourisme», dans Spindler, Jacques et Durand, Huguette (dirs.), *Le tourisme au XXIe siècle*, Paris, L'Harmattan, 2003.

RÉAU, Bertrand, *Les Français et les vacances : sociologie des pratiques et offres de loisir*, Paris, Editions du CNRS, 2011.

RYAN, C., «Equity, management, power sharing and sustainaibility – issues of the "new tourism"», *Tourism Management*, n° 23, 2015.

S

SCHÉOU, Bernard (dir.), *Tourisme et développement. Regards croisés*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan, 2007.

SCHÉOU, Bernard, *Du tourisme durable au tourisme équitable. Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Louvain-la-Neuve, Editions de Boeck-Université, 2009.

SEEDOU, Mukthar Sonko, VELLAS, François (dir.), *Le tourisme rural et la réduction de la pauvreté*, thèse de doctorat en économie sociale, Toulouse, Université de Toulouse 2 - Le Mirail, 2013.

SEGUIN, Gérard et ROUZET, Emmanuelle, *Marketing du tourisme durable*, Paris, Dunod, 2010.

T

TAYLOR, Charles, Multiculturalisme. Différence et démocratie [1992], trad. fr. par D.-A. Canal, Paris, Aubier, 1994/Flammarion, 2002.

THEYSSANDIER, Jean-Paul, PERRET, Jacques, MARETTE, Catherine (dirs), *Piloter le tourisme durable dans les territoires et les entreprises,* Paris, La Documentation Française, coll. Les cahiers de l'AFIT – Guides de savoir-faire, 2003.

THIEBLEMONT-DOLLET, S., *L'interculturalité dans tous ses états*, Nancy, Editions Presses universitaires de Nancy, 2006.

THIELIN, Florie, *Tourisme durable : quels bénéfices pour les professionnels du*

secteur ? 10 ans de tourisme durable, Paris, Editions Voyageons-autrement.com, 2018.

TRUONG, Hang et TRUONG, Duy, *La confection des bijoux en argent au village de Dong Xam*, Paris, Editions Culture, 1993.

TSAYEM DEMAZE, Moïse, «Paradoxes conceptuels du développement durable et nouvelles initiatives de coopération Nord-Sud : le Mécanisme pour un Développement Propre (MDP)», *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne], Environnement, Nature, Paysage, document 443, mis en ligne le 20 mars 2009, consulté le 28 janvier 2019. URL : http://journals.openedition.org/cybergeo/22065

U

URTANS, Andris, «Protection du patrimoine naturel et culturel : le projet de développement durable de la Réserve de Biosphère de Vidzeme Nord, Lettonie», dans *Tourisme et environnement : les enjeux naturels, culturels et socio-économiques du tourisme durable, colloque organisé par le Conseil de l'Europe (Direction de l'environnement et des pouvoirs locaux) en coopération avec le ministère letton de la protection de l'environnement et du développement durable*, Strasbourg, Editions du Conseil de l'Europe, 2000.

V

VALAYER, Dora, Boris, Martin (dir.), *Tourisme : l'urgence d'une éthique. Voyager autrement, vers un tourisme responsable et solidaire*, Paris, Editions Charles Léopold Mayer, 2002.

VELLAS, François, «Tourisme facteur de développement», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001.

VELLAS, François et BARIOULET, Hervé, «Les défis du tourisme durable dans les PED», dans AMALOU, P., BARIOULET, H., VELLAS, F. (dirs.), *Tourisme, éthique et développement*, Paris, L'Harmattan, 2001, pp.

VIOLIER, Philippe, « Tourisme et médias : regards d'un géographe », *Le temps des médias*, n° 8, 2007.

VIOLIER, Philippe, *Tourisme et développement local*, Paris, Editions Belin, 2008.

VO SANG, Xuan Lang, «les villages de métier traditionnel Cham à Ninh Thuan : lutte contre la pauvreté et tourisme ?», dans BOUJROUF, Said et TEBAA, Ouidad (dirs.), *Tourisme et pauvreté*, Paris, Editions des archives contemporaines, 2011.

VO THANH, Tan, «Tourisme durable, patrimoine et pauvreté. Proposition de stratégies de gestion dans la valorisation touristique des maisons-jardins traditionnelles de Hué», *Colloque Le tourisme durable et la lutte contre la pauvreté*, 2008.

W

WOLTON, D., *Penser la communication*, Paris, Éditions Flammarion, coll. Champ Essais, 1997.

- Publications en langue vietnamienne :

BUI, Van Vuong, et al., *Lang nghe thu cong truyen thong Viet Nam [Les villages de métiers artisanaux traditionnels au Vietnam]*, Nxb Van hoa dan toc, Hanoi, 1998.

BUI, Van Vuong, *Lang nghe thu cong Viet Nam [Des villages de métiers artisanaux du Vietnam]*, Hanoi, 2002.

LE, Quy Don, *Phu bien tap luc [Notes sur les villages],* Paris, Éditions des Sciences sociales, 1964.

NGUYEN, Ha Quynh Dao, «Danh gia tai nguyen du lich nhan van Tinh Thua Thien Hue [Evaluations des opportunités touristiques de la province de Thua Thien Hué]», thèse de doctorat, Ecole normale supérieure de Hochiminh-ville, 2015.

NGUYEN, The Anh, *Kinh te va xa hoi Viet Nam duoi cac vua trieu Nguyen [L'économie et la société du Vietnam sous le règne de la dynastie Nguyen],* Nha xuat ban Van Hoc, 2004.

NGUYEN, Thi Kieu Nhi, «Phat trien du lich o lang co Phuoc Tich, tinh Thua Thien Hué [Développement du tourisme au village de Phuoc Tich de la province de Thua Thien Hué]», mémoire de master, Thua Thien Hué, 2017.

NGUYEN, Thi Suu, «5 nam phat trien va doi moi cac vung dan toc thieu so va vung nui cua Tinh Thua Thien Hué [Les 5 ans de développement et de rénovation des

régions d'ethnies minoritaires et montagnards de la province de TTH]», *Revue des Ethnies*, n° 164, 2014.

PHAN, Thuan An, *Kinh thanh Hué [La Cité impériale de Hué]*, Hué, Nxb Hoi Nha Van, 1997.

TRAN, Luc, *Lich su Viet Nam - The ky XX [L'histoire du Vietnam - XX^{e} siècle],* Nha xuat ban VHTT, 2005.

TRAN, Ngoc Them, *Kham pha cac ban sac van hoa Viet Nam [Découverte des identités culturelles du Vietnam]*, Ho Chi Minh-ville, Editions Ho Chi Minh-ville, 1997.

TRAN, Viet Luc, «Nhung thong tin quan trong ve cac lang nghe o tinh Thua Thien Hué [Les informations clés des métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué]», *Argumentaire administratif*, Hué, Service du tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2007.

TRUONG, Huu Quynh, Phan, Dai Doan, Nguyen, Canh Minh*, Dai cuong lich su Viet Nam – tap 1 [L'histoire générale du Vietnam – tone1]*, Thanh pho Ho Chi Minh, Nha xuat ban Giao duc, 2005.

VU, Thanh Bang, «Nghien cuu ton giao duoi trieu nguyen qua bo kham dinh Dai Nam hoi dien su le [Recherches religieuses sous le règne de la dynastie Nguyen grâce aux archives Dai Nam hoi dien su le]», volume 11, Nghien cuu ton giao, 2014.

VU, Thanh Huy, «Thuc trang hien nay va mot so de xuat cho lang nghe truyen thong tinh Thua Thien Hue [Le contexte actuel et les propositions pour les métiers artisanaux dans la province de Thua Thien Hué]», mémoire de master, Université de Hué, 2010.

- Sources Internet :

- Définitions

- https://www.creerentreprise.fr/liste-metiers-artisanat-art-definition
- http://demarchesterritorialesdedeveloppementdurable.org/definitions/
- http://lesdefinitions.fr/culture
- https://lesdefinitions.fr/promotion-touristique
- https://lizartistunmondeaexplorer.com/2017/07/28/artiste-ou-artisan

- https://notreterre.wordpress.com/2009/10/13/artisanat
- https://passionterre.com/tourisme-durable-responsable/
- https://passionterre.com/tourisme-participatif/
- http://portal.unesco.org/fr/
- http://sdt.unwto.org/fr/content/definition
- https://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/development-agenda/
- http://uis.unesco.org/fr/glossary-term/artisanat-ou-produits-de-lartisanat
- http://www.toupie.org/Dictionnaire/Coutume.htm
- https://whc.unesco.org/fr/list/678/

- Domaine du tourisme

- https://www.doublesens.fr/actualites/tourisme-communautaire-bacpancel-equateur
- https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284405930
- http://geotourweb.com/nouvelle_page_125.htm
- https://www.gret.org/static/cdrom/bds/document_pdf/numero_6/Le%20tourisme%20et%20la%20reduction%20de%20la%20pauvrete.pdf
- http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/instructionalmaterial/wcms_176291.pdf
- http://www.intracen.org/contenu/Tourisme-pro-pauvres--Elargir-les-opportunites---Reduire-la-pauvrete-dans-les-pays-en-developpement-via-le-tourisme/
- https://www.journaluniversitaire.com/enjeux-des-medias-sociaux-dans-la-promotion-du-tourisme-culturel-au-senegal/
- http://media.unwto.org/fr/press-release/2015-12-10/les-nations-unies-proclament-2017-annee-internationale-du-tourisme-durable
- http://naja21.com/espace-journal/maria-gravari-barbas-le-tourisme-culturel-une-possibilite-de-rencontre-avec-une-culture-qui-nest-pas-forcement-la-notre/
- https://radionotredame.net/2017/economie/le-tourisme-en-mutation-des-voyageurs-et-des-territoires-111006/
- https://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/ressources-1/item/412-charte-europenne-du-tourisme-durable-dans-les-espaces-proteges

- http://www.voyageurs-du-net.com/le-tourisme-de-masse-une-maladie-fatale

- Province de Thua Thien Hué et villages de métiers artisanaux

- http://www.baodulich.net.vn/Du-lich-Viet-Nam-hanh-trinh-55-nam-thanh-lap-va-phat-trien-03-5688.html
- http://baothuathienhue.vn/hoan-thanh-trung-tu-cai-tao-5-nha-ruong-co-o-phuoc-tich-a61992.htm
- http://baovanhoa.vn/van-hoa/di-san/artmid/488/articleid/19381/bao-ton-va-phat-huy-gia-tri-di-tich-kien-truc-nghe-thuat-tai-lang-co-phuoc-tich
- http://designs.vn/tin-tuc/lang-co-phuoc-tich-thua-thien-hue-dep-nhu-buc-tranh-co-viet-nam_14683.html#.XbH-zVUzbIU
- https://gso.gov.vn/Default.aspx?tabid=217
- http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Van-hoa/211092/ngoi-lang-c7893;-th7913;-hai-c7911;a-vi7879;t-nam
- http://www.hoasengiaythanhtien.com/goi-thieu-lang-hoa-giay-thanh-tien
- http://hoianworldheritage.org.vn/vi/news/Tong-quan-Hoi-An/Gioi-thieu-63.hwh
- http://www.huefestival.com/?cat_id=595&id=3524#.XbNJtJIzbIU
- http://khamphahue.com.vn/hue-24h/van-hoa-du-lich/newsid/
- http://khamphahue.com.vn/du-lich/theo-chan-du-khach/tid/Du-lich-lang-co-Phuoc-Tich-tiem-nang-va-trien-vong/newsid/D0D64BEF-5DF5-41DA-BD48-16CB70876428/cid/4EE56146-D26C-4783-898F-0EC4FA9BC944
- https://www.laborne.org/fr/
- http://www.le-vietnam.net/bat-trang-le-village-de-porcelain-a-cote-de-hanoi/
- http://www.molisa.gov.vn/Pages/trangchu.aspx
- https://www.nhandan.com.vn/phongsu/item/15292502-.html
- https://sdl.thuathienhue.gov.vn/
- http://tintuc.hues.vn/jica-ho-tro-phat-trien-du-lich-o-lang-co-phuoc-tich
- https://theworldnews.net/vn-news/30-855-ty-dong-cho-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-thua-thien-hue
- https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Du-kh%C3%A1ch/D%E1%BB%8Bch-v%E1%BB%A5/Th%C3%B4ng-tin-chi-ti%E1%BA%BFt/tid/Cong-ty-lu-hanh/newsid/B46544D8-06F1-4C83-A880-D5E249157B60/cid/1eaf15f7-3a95-4a78-ba4f-9f07a0a95e97

- https://thuathienhue.gov.vn/fr-fr/Accueil/D%C3%A9tail/cid/ACA93974-F812-41DE-B657-6E4510A8D402
- https://thuathienhue.gov.vn/vi-vn/Thong-tin-ket-luan-48/tid/Quan-the-di-tich-Co-do-Hue-Di-san-van-hoa-the-gioi-dau-tien-cua-Viet-Nam/newsid/B40FD020-C7F8-4DC0-A8CA-538DE078CD5A/cid/E3C363A7-F3AC-4FBB-ADEB-7E9F5680DE10
- http://vbpl.thuathienhue.gov.vn/Upload/DOCUMENTS/2009/6/QD19-2009%20PDien.doc
- https://vca.org.vn/thua-thien-hue-tiem-nang-phat-trien-du-lich-va-chinh-sach-thu-hut-dau-tu-a19460.html
- http://vietbao.vn/Xa-hoi/Thanh-lap-thanh-pho-Hoi-An-thuoc-tinh-Quang-Nam/
- https://vovworld.vn/vi-VN/chuyen-cua-lang/bao-ton-nha-ruong-o-lang-co-phuoc-tich-mang-lai-net-xua-hon-cu-756159.vov

- Sites Internet consultés et pris en exemple (sites focalisés sur des visites de la province de Thua Thien Hué)

Les agences de voyage faisant la promotion des villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué par l'intermédiaire de leurs sites Internet respectifs :

- Halongjonques.com
- Huerural.com
- Huetraveltour.com
- Hueprivateexecursions.com
- Toursbylocal.com
- Visithue.vn
- Asiaopentours.net
- Fareastour.com
- Guidefrancophonehanoi.com
- Ideatravelasia.com
- Lonelyplanet.com
- Originvietnam.com
- Proudvietnamtravel

- Son-travel-asia.com
- Vietnamdragon.travel.com
- Vietnamguide.fr
- Vietnamplus.vn
- Viettravelasia.com
- Voyagevietnam.indochinacharm.com

TABLE DES PHOTOS

Photo 1 : Le logo du Festival de Hué.....P.7

Photo 2 : Le Festival des métiers artisanaux de Hué.....P.7

Photo 3 : Les touristes se bousculent au temple de Hon Chen, Hué.....P.12

Photo 4 : Les touristes à la cité impériale de Hué.....P.12

Photo 5 : Les bouquets de bâtons d'encens.....P.15

Photo 6 : L'artisane fait sécher les bâtons d'encens.....P.15

Photo 7 : L'artisan montre aux touristes comment faire les fleurs.....P.16

Photo 8 : La préparation des bouquets de fleurs en papier.....P.16

Photo 9 : L'atelier de poterie.....P.17

Photo 10 : La maison-jardin traditionnelle en bois.....P.17

Photo 11 : L'artisan Huu Phuoc KY et ses chefs-d'œuvre.....P.18

Photo 12 : Le dessin des « hommes remplaçants » et les moules originaux en bois.
.....P.18

Photo 13 : La fabrication des produits.....P.19

Photo 14 : Les produits en bambou en vente.....P.19

Photo 15 : La poterie du village de Bat Trang – ville de Hanoï.....P.23

Photo 16 : L'atelier de sculpture – ville de Hoi An (l'artisane est en train de graver le moule en bois).....P.23

Photo 17 : M. BINDEL, âgé de 75 ans, artisan potier au travail (village de La Borne)
.....P.23

Photo 18 : La cathédrale de Jean Linard est connue pour ses chefs-d'œuvre de céramique.....P.23

Photo 19 : La confection des bateaux (province de Ha Tinh).....P.37

Photo 20 : La confection des tapis (province de Nghe An).....P.37

Photo 21 : La sculpture des statues en pierre (province de Quang Nam).....P.37

Photo 22 : Village de poterie de Bat Trang (au Nord du Vietnam) avant 1975 et à l'heure actuelle.....P.42

Photo 23 : Le tissage (dans les régions du Delta du Mekong).....P.42

Photo 24 : La confection des balais (dans les régions du Delta du Mekong).....P.42

Photo 25 : La pâtisserie traditionnelle.....P.44

Photo 26 : La confection des produits en bois.....P.44

Photo 27 : La confection des stèles en pierre.....P.45

Photo 28 : La confection des vêtements royaux.....P.45

Photo 29 : La confection des produits en cuivre.....P.45

Photo 30 : La fabrication des galettes de riz.....P.45

Photo 31 : La confection de « ao dai tu than ».....P.46

Photo 32 : Le tissage du lacet du chapeau « Quai thao ».....P.46

Photo 33 : Le dragon.....P.48

Photo 34 : La licorne.....P.48

Photo 35 : La tortue.....P.48

Photo 36 : Le phénix.....P.48

Photo 37 : La peinture populaire Dông-hô.....P.49

Photo 38 : La peinture populaire de Sinh.....P.49

Photo 39 : Le tissage de soie.....P.53

Photo 40 : Les neuf urnes dynastiques en cuivre.....P.53

Photo 41 : La peinture sous la dynastie Nguyen.....P.58

Photo 42 : La poterie sous la dynastie Nguyen.....P.58

Photo 43 : Un atelier de confection des produits artisanaux sous la dynastie Nguyen.....P.58

Photo 44 : L'atelier de la sculpture de bois sous la dynastie Nguyen.....P.58

Photo 45 : L'artisane confectionne un bâton d'encens.....P.60

Photo 46 : L'artisane attache un bouquet de bâtons d'encens.....P.60

Photo 47 : «Cúng tê' dan Nam Giao ».....P.61

Photo 48 : «Cúng tê' dan Xa tac». P.61

Photo 49 : Les fleurs en papier traditionnelles.....P.64

Photo 50 : Les fleurs de lotus mises sur l'autel de culte.....P.64

Photo 51 : La lutte populaire de Sinh.....P.66

Photo 52 : L'homme « remplaçant» pour les vivants dans le culte («hinh nhân thê mang» en vietnamien).....P.66

Photo 53 : Le village de Phuoc Tich, entouré par la rivière d'O Lâu, pris en photographie en 1975.....P.68

Photo 54 et 55 : Les anciennes maisons-jardins traditionnelles en bois prises à l'extérieur et à l'intérieur.....P.69

Photo 56 et 57 : La construction d'une maison traditionnelle en bois. Les principaux pivots dans la maison de trois pièces principales et 2 pièces secondaires.....P.70

Photo 58 et 59 : Les maisons traditionnelles en bois en rénovation au village de Phuoc Tich..... P.72

Photo 60 et 61 : Pots de cuisson du riz pour les empereurs sous la dynastie Nguyen «om ngự» (en vietnamien).....P.73

Photo 62 : Les artisans confectionnent les passoires.....P.76

Photo 63 : La femme taille les parties de bambou.....P.76

Photo 64 : Quelques métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué.....P.81

Photo 65 : La gare de Hué.....P.108

Photo 66 : Le tombeau royal de l'empereur Tu Duc (1847 – 1883).....P.108

Photo 67 : Une villa à Hué.....P.108

Photo 68 : La cité impériale.....P.108

Photo 69 : Une fête populaire au village de Thuy Thanh.....P.109

Photo 70 : Un nombre impressionnant de prises de photos dans le tombeau royal de Khai Dinh (1916–1925).....P.110

Photo 71 (à gauche) : La visite des campagnes en moto, de l'agence vespaadventure Hué.....P.111

Photo 72 (à droite) : Le circuit dans les montages de Bach Ma, de l'agence d'EMT Hué.....P.111

Photo 73 : Le pont de Thanh Toan au village de Thuy Thanh.....P.113

Photo 74 (à gauche) : Le tourisme communautaire dans la lagune de Tam Giang.....P.114

Photo 75 (à droite) : Le tourisme communautaire au village de Phuoc Tich.....P.114

Photo 76 (à gauche) : La visite des villages campagnards dans la province de Thua Thien Hué, mise en place par l'agence Vespaadventure.....P.116

Photo 77 (à droite) : La visite du village de Thuy Bieu à vélo, mise en place par l'agence Viettravel de Hué.....P.116

Photo 78 : L'inauguration du Centre des informations et de la presse du Festival de Hué en 2018.....P.122

Photo 79 : La promotion du tourisme de la province de Thua Thien Hué via le cinéma, 2019.....P.123

Photo 80 : La signature de coopération au sujet du développement du tourisme entre la société du tourisme FayFay Vietnam et le Service du Tourisme de la province de Thua Thien Hué, 2019.....P.130

Photo 81 : La coopération du développement touristique entre la province de Thua Thien Hué et celle de Quang Ninh, 2018.....P.130

Photo 82 : Le logo du label touristique de Hué (2019) avec le slogan «Ancienne capitale, nouvelles expériences».....P.133

Photo 83 : La journée de la formation des volontaires du Festival de Hué en 2018 .....P.135

Photo 84 : La foire du tourisme de la province de Thua Thien Hué.....P.135

Photo 85 (à gauche) : Le chemin menant au sommet du parc national de Bach Ma.....P.195

Photo 86 (à droite) : Les cascades de Dô Quyên d'une hauteur de 300 m dans les montagnes de Bach Ma.....P.195

Photo 87 : La plage de Thuan An.....P.195

Photo 88 : La lagune de Tam Giang.....P.195

Photo 89 : Les cascades de Parle dans la commune de Hong Ha (district d'A Luoi) P.205

Photo 90 : La visite du village de Thuy Bieu (ville de Hué).....P.205

Photo 91 : La visite du village de Thanh Toan (commune de Thuy Thanh).....P.205

Photo 92 : La visite d'une famille pauvre du village de Lôc Tri.....P.210

Photo 93 (à gauche) : Les maisons «vulnérables» au bord de la lagune, des habitants du village de Ngu My Thanh.....P.211

Photo 94 (à droite) : Les artisans du métier traditionnel «le tissage du fil de pêche» P.211

Photo 95 (à gauche) : Une des activités touristiques sur bateau au village de Ngu My Thanh.....P.211

Photo 96 (à droite) : Les habitants au travail de « la chasse des moules ».....P.211

Photo 97 et 98 : Les outils pour la confection des dessins (coquillage, mini-balai, sceaux, etc....).....P.243

Photo 99 et 100 : Les outils pour la confection des fleurs en papier (papier A4, teinture, col, tige de bambou, rouleau en bambou, etc....).....P.243

Photo 101 et 102 : La confection des produits en bambou.....P.244

Photo 103 et 104 : La confection des bâtons d'encens.....P.244

Photo 105 et 106 : Les outils et les schémas d'instructions de fabrication de la poterie.....P.244

Photo 107 : Une chambre double au home stay «authentique» (village de Phuoc Tich).....P.247

Photo 108 : Une pièce au home stay «authentique» (village de Phuoc Tich)...P.247

Photo 109 (à gauche) : Un home stay «simulation» (village de Thuy Xuan)...P.248

Photo 110 (à droite) : Une chambre double au home stay «simulation» (village de Thuy Xuan).....P.248

Photo 111 : Le livre d'or de M.HO (village de Phuoc Tich).....P.252

Photo 112 (à gauche) : Un exemple de «faux» home stay à Hué.....P.255

Photo 113 (à droite) : Une chambre double dans un «faux» home stay à Hué.P.255

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Nombre des villages de métiers artisanaux répartis dans la province de TTH en 2016.....P.78
Tableau 2 : Evaluation du fonctionnement des activités des groupes des métiers.....P.79
Tableau 3 : Nombre total de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 1995 à 2008.....P.84

Tableau 4: Détail du nombre de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 2000 à 2008.....P.85

Tableau 5: Détail du nombre de touristes (touristes domestiques et internationaux) à Thua Thien Hué de 2013 à 2018.....P.86

Tableau 6 : Chiffre d'affaires du tourisme de la province de Thua Thien Hué de 2004 à 2010.....P.88

Tableau 7 : Chiffre d'affaires du tourisme de la province de Thua Thien Hué de 2011 à 2017.....P.89

Tableau 8 : Administration du tourisme de la province de Thua Thien Hué dans l'organisation administrative générale du Vietnam.....P.95

Tableau 9 : Les changements de comportement de l'habitant dans les activités touristiques.....P.139

Tableau 10 : Les changements de comportement du touriste dans les activités touristiques.....P.149

TABLE DES CARTOGRAPHIES

Carte 1 : Les cinq villages de métiers artisanaux étudiés dans la province de Thua Thien Hué.....P.9

Carte 2 : Nombre de touristes domestiques et internationaux enquêtés au centre-ville de Hué et dans les cinq villages de métiers artisanaux ciblés.....P.29

Carte 3 : Villages de métiers artisanaux au Nord du Vietnam.....P.38

Carte 4 : Villages de métiers artisanaux au Centre du Vietnam.....P.39

Carte 5 : Villages de métiers artisanaux au Sud du Vietnam.....P.40

Carte 6 : Des grands ports en faveur du commerce des produits artisanaux du Vietnam au XIX^{e} siècle.....P.52

Carte 7: Cinq villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué...P.59

Carte 8 : Les coopérations en termes de tourisme entre la province de Thua Thien Hué et les autres régions nationales et internationales.....P.132

Carte 9 : Le relief de la province de Thua Thien Hué.....P.196

Carte 10 : Les zones de développement du tourisme communautaire dans la province de Thua Thien Hué.....P.198

Carte 11 : Les villages de métiers artisanaux, très touristiques et peu touristiques, dans la province de Thua Thien Hué.....P.199

Carte 12 : La distance entre les villages de métiers artisanaux par rapport au centre-ville de Hué.....P.225

Carte 13 : Les transports pour arriver aux villages de métiers artisanaux ciblés.P.226

Carte 14 : La distance entre les villages de métiers artisanaux par rapport au centre-ville de Hué.....P.245

Carte 15 : Les activités lors du séjour de deux jours et une nuit au village de Phuoc Tich (le *home stay* et les circuits organisés par les autochtones).....P.250

Carte 16 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thuy Xuan. (Circuits libres non-organisés par les autochtones pour ceux séjournant dans les *home stay*).....P.259

Carte 17 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thuy Xuan.....P.263

Carte 18 : Les activités touristiques aux alentours du village de Thanh Tien.....P.265

Carte 19 : Les activités touristiques aux alentours du village de Sinh.....P.267

Carte 20 : Les activités touristiques aux alentours du village de Bao La.....P269

Carte 21 : Les activités touristiques aux alentours du village de Phuoc Tich.....P.271

Carte 22 : Évolution des chambres d'hôte dites authentiques au village de Phuoc Tich.....P.285

Carte 23 : Évolution des ateliers artisanaux, du nombre d'artisans qualifiés et du nombre d'artisans amateurs (employés saisonniers) au village de Thanh Tien....P.288

Carte 24 : Évolution des ateliers artisanaux secondaires au village de Sinh.....P.290

Carte 25 : Évolution des ateliers artisanaux et des boutiques de souvenirs au village de Thuy Xuan.....P.293

Carte 26 : Évolution du nombre d'artisans qualifiés et amateurs (employés saisonniers) au village de Bao La.....P.295

Carte 27 (en haut) : La localisation du village de poterie de Bat Trang et de celui de Hoi An.....P.356

Carte 28 (au milieu) : Zoom sur Bat Trang.....P.356

Carte 29 (en bas) : Hoi An et ses villages de métiers artisanaux avec l'ensemble des services touristiques.....P.356

Carte 30 : Localisation du village de La Borne et des axes routiers importants qui traversent la région.....P.357

Carte 31 : Évolutions de l'extension des zones du tourisme communautaire de la province de Thua Thien Hué.....P.360

Carte 32 : La liaison des activités touristiques entre Thuy Xuan et ses alentours.....P.364

Carte 33 : La liaison des activités touristiques entre Thanh Tien, Sinh et ses alentours.....P.365

Carte 34 : La liaison des activités touristiques entre Phuoc Tich et ses alentours.....P.366

Carte 35 : La liaison des activités touristiques entre Bao La et ses alentours.....P.367

Carte 36 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones de plaines.....P.369

Carte 37 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones de montagne.....P.370

Carte 38 : Le regroupement des villages de métiers artisanaux dans les zones maritimes.....P.371

TABLE DES GRAPHIQUES

Graphique 1 : Evaluation du contact avec les habitants locaux par 189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.....P.154

Graphique 2 : Evaluation du contact avec les habitants locaux par 218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué.....P.154

Graphique 3 : Question «Interaction entre le touriste et l'habitant»

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).....P.155

Graphique 4 : Question «Interaction entre le touriste et l'habitant».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.155

Graphique 5 : Question «Evaluation de l'accueil de l'habitant».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).....P.156

Graphique 6 : Question «Combien de temps restez-vous dans ce village ?».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Sinh, Thuy Xuan et Thanh Tien).....P.160

Graphique 7 : Question «Combien de temps restez-vous dans ce village ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.161

Graphique 8 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.174

Graphique 9 (à droite) : Question «Êtes-vous contents de votre guide touristique ?».

82 / 86 enquêtés ont répondu à la question.....P.174

Graphique 10 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

4/86 enquêtés au village de Phuoc Tich ont choisi la réponse «NON».....P.175

Graphique 11 (à droite) : Question «Sans guide touristique, comment avez-vous visité le village ?»

4/86 enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.175

Graphique 12 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».

336 enquêtés dans les villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan).....P.176

Graphique 13 (à droite) : Question «Êtes-vous contents de votre guide touristique ?».

269 /336 enquêtés ont répondu à la question.....P.176

Graphique 14 : Question «Votre interaction avec le guide touristique ?»

336 touristes enquêtés dans les villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan).....P.177

Graphique 15 (à gauche) : Question «Êtes-vous venus au village avec un guide touristique ?».
67/336 enquêtés dans les 4 villages ont choisi la réponse «NON».....P.178

Graphique 16 (à droite) : Question «Sans guide touristique, comment avez-vous visité le village ?»

67/336 enquêtés ont répondu à la question.....P.178

Graphique 17 (à gauche) : Question «Les motivations du choix de séjour dans la province de TTH».

189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.....P.216

Graphique 18 (à droite) : Question «Les motivations du choix de séjour dans la province de TTH».

218 touristes internationaux enquêtés au centre-villede Hué.....P.216

Graphique 19 : Les nuitées de séjour dans la province de Thua Thien Hué.

189 touristes vietnamiens enquêtés au centre-ville de Hué.....P.217

Graphique 20 : Les motivations concernant la visite des villages de métiers artisanaux.

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.218

Graphique 21 : Les motivations concernant la visite des villages de métiers artisanaux.

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.219

Graphique 22 : Les moyens de déplacement. 86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.....P.220

Graphique 23 : Question «Avec combien de personnes visitez-vous ce village ?».

86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.....P.221

Graphique 24 : Question «Les moyens de déplacements».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.222

Graphique 25 : Question «Avec combien de personnes visitez-vous ce village ?».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.223

Graphique 26 (à gauche) : Question «Avez-vous visité des villages de métiers artisanaux ?».

62.84 % (soit 137/ 218 touristes internationaux enquêtés au centre-ville de Hué) ont choisi «OUI»

.....P.227

Graphique 27 (à droite) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages» ?

137 touristes internationaux ont répondu à la question.....P.227

Graphique 28 (à gauche) : Question «Avez-vous visité des villages de métiers artisanaux ?».

38.10 % (soit 72/ 189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué) ont choisi « OUI »..P.230

Graphique 29 (à droite) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

72 touristes domestiques ont répondu à la question.....P.230

Graphique 30 (à gauche) : Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

86 touristes enquêtés dans le village de Phuoc Tich.....P.232

Graphique 31 (à droite): Question «Par quel(s) moyen(s) connaissez-vous ces villages ?».

336 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.232

Graphique 32 : Question «Comment trouvez-vous la confection des produits artisanaux ?».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.235

Graphique 33 : Question «Comment trouvez-vous les produits artisanaux ?»

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.238

Graphique 34 : Question «Comment trouvez-vous la confection des produits artisanaux ?».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.239

Graphique 35 : Question «Comment trouvez-vous les produits artisanaux ?».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.241

Graphique 36 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 86 enquêtés au village de Phuoc tich.

15/ 86 (soit 17.44 %) enquêtés ont choisi le *home stay*.....P.251

Graphique 37 (en haut) : Les réponses de 15 touristes (soit 17.44 %) sur la durée de nuitée au *home stay*.....P.251

Graphique 38 (en bas) : Les réponses de 15 touristes (soit 17.44 %)sur les raisons de leur choix de *home stay*.....P.251

Graphique 39 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 86 enquêtés au village de Phuoc tich.

71/ 86 (soit 82.56%) enquêtés n'ont pas choisi le *home stay*.....P.253

Graphique 40 (à droite) : Les réponses de 71 touristes (soit 82.56 %) expliquent leurs raisons. P.253

Graphique 41 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?».

336 enquêtés aux villages (Thuy Xuan, Thanh Tien, Sinh et Bao La). 42/ 336 (soit 12.50 %) enquêtés ont choisi le *home stay* au village de Thuy Xuan.....P.256

Graphique 42 (en haut) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?»

Les réponses de 42 touristes (soit 12.50 %) sur la durée de la nuitée au *home stay*.....P.256

Graphique 43 (en bas) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?».

Les réponses de 42 touristes (soit 12.50 %) sur les raisons du choix du *home stay*.....P.256

Graphique 44 (à gauche) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». 336 enquêtés aux villages (Thuy Xuan, Thanh Tien, Sinh et Bao La).

294/ 336 (soit 87.50 %) enquêtés n'ont pas choisi le *home stay* au village de Thuy Xuan.....P.257

Graphique 45 (à droite) : Question «Avez-vous choisi le *home stay* ?». Les réponses de 294 touristes (soit 87.50 %) expliquent leurs raisons.....P.257

Graphique 46 : Question «Évaluation des activités touristiques dans les villages de métiers artisanaux».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.272

Graphique 47 : Question «Évaluation des activités touristiques dans les villages de métiers artisanaux».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.273

Graphique 48 : Question «Évaluation de la cuisine locale dans les villages de métiers artisanaux».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.274

Graphique 49 : Question «Évaluation de la cuisine locale dans les villages de métiers artisanaux».

366 touristes dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.275

Graphique 50 : Question «Évaluation d'installation des infrastructures dans les villages de métiers artisanaux».

86 touristes enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.306

Graphique 51 : Question «Évaluation d'installation des infrastructures».

366 touristes enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.307

Graphique 52 : «Question : D'où venez-vous ?»

422 enquêtés dans les cinq villages de métiers artisanaux.....P.321

Graphique 53 : Question «Évaluation de la promotion touristique des métiers artisanaux».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien Sinh et Thuy Xuan).....P.324

Graphique 54 : Question « Évaluation de la visite effectuée dans les villages de métiers artisanaux ».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien Sinh et Thuy Xuan).....P.342

Graphique 55 : Question «Quelles sont les propositions pour accélérer le développement du tourisme communautaire au village ?».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.344

Graphique 56 : Question «Pourquoi recommanderiez-vous cette visite à vos amis/proches ?».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.345

Graphique 57 (à gauche) : Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ?».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.346

Graphique 58 (à droite) : Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.346

Graphique 59 (à gauche) Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ».

137/218 touristes étrangers questionnés au centre-ville de Hué.....P.347

Graphique 60 (à droite) Question «Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur ?».

72/189 touristes domestiques questionnés au centre-ville de Hué.....P.347

Graphique 61 (à gauche) : Question «Souhaitez-vous loger chez l'habitant ?».

336 enquêtés dans les villages (Bao La, Thanh Tien, Sinh et Thuy Xuan).....P.348

Graphique 62 (à droite) : Question «Souhaitez-vous loger chez l'habitant ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.....P.348

TABLE DES SCHEMAS

Schéma 1 : Le rôle «noyau» du guide touristique.....P.168

Schéma 2 : Le rôle de «facilitateur» dans la transmission des informations du guide touristique.....P.169

Schéma 3 : Transmission des informations (selon C.Shannon et M.Weaver).....P.170

Schéma 4 : Le développement durable du tourisme.....P.187

Schéma 5 : Les formes de tourisme alternatif.....P.188

Schéma 6 : La pyramide des tourismes.....P.189

Schéma 7 : Les principales composantes s'un système touristique.....P.202

Schéma 8 : Les principaux facteurs déterminants de la relation tourisme – pauvreté.....P.208

Schéma 9 : Interaction de formations culturelles entre les trois facteurs.....P.299

Schéma 10 : La participation indirecte ou directe des populations locales au tourisme.....P.309

Schéma 11 : Fonctionnement des activités du village d'accueil.....P.311

ANNEXES

ANNEXE 1

LA CHARTE DU TOURISME DURABLE

(URL : https://www.tourismesolidaire.org/ressources/charte-tourisme-durable-de-lanzarote)

- Les participants de la Conférence mondiale du Tourisme durable, réunis à Lanzarote, îles Canaries, Espagne, les 27 et 28 avril 1995.
- Conscients que le tourisme est un phénomène de portée mondiale qui répond aux plus profondes aspirations de tous les peuples, ainsi qu'un important élément de développement social, économique et politique pour de nombreux pays.
- Reconnaissant que le tourisme, de par son caractère ambivalent, puisqu'il peut contribuer de manière positive au développement socio-économique et culturel, mais aussi à la détérioration de l'environnement et à la perte de l'identité locale, doit être abordé dans une perspective globale.
- Conscients que les ressources sur lesquelles se base le tourisme sont fragiles et que la demande pour une meilleure qualité de l'environnement est croissante.
- Reconnaissant que le tourisme offre la possibilité de voyager et de connaître d'autres cultures, et que le développement du tourisme peut favoriser le rapprochement et la paix entre les peuples, créant une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie.
- Rappelant la Déclaration universelle des Droits de l'Homme, adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies et les nombreuses déclarations des Nations Unies, tout comme les conventions régionales sur le tourisme, l'environnement, la préservation du patrimoine culturel et le développement durable, 103 S'inspirant des principes énoncés dans la Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement, ainsi que des recommandations de l'Agenda 21, Rappelant les déclarations préalables en matière de tourisme comme la Déclaration de Manille sur le Tourisme mondial, la Déclaration de La Haye, la Charte du Tourisme et le Code du Touriste, Reconnaissant la nécessité de développer un tourisme qui réponde aux attentes économiques et aux exigences de la protection de l'environnement et qui respecte non seulement la structure sociale et les caractères physiques de la destination, mais aussi la population locale, Considérant comme prioritaires la protection et la consolidation de la dignité humaine des populations locales tout comme des touristes, Conscients de

la nécessité de créer un partenariat entre les principaux acteurs qui participent à cette activité, afin de forger l'espoir d'un tourisme plus responsable vis-à-vis de notre patrimoine commun, EN APPELLENT à la communauté internationale et DEMANDENT, en particulier, aux gouvernements, aux pouvoirs publics, aux décideurs et aux professionnels du monde du tourisme, aux associations et aux institutions publiques et privées dont les activités sont liées au tourisme et aux touristes eux-mêmes, d'adopter les principes et les objectifs de cette Déclaration, qui sont les suivants : Annexes Charte du tourisme durable.

Charte du tourisme durable 104

1. Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. Le développement durable est un processus encadré visant une gestion globale des ressources afin d'en assurer la durabilité, tout en permettant de préserver notre capital naturel et culturel, y compris les espaces protégés. Le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle actif dans la stratégie de développement durable. Une bonne gestion du tourisme doit donc garantir le caractère durable des ressources dont cette activité dépend.
2. Le tourisme doit contribuer au développement durable, en s'intégrant dans le milieu naturel, culturel et humain ; il doit respecter les équilibres fragiles qui caractérisent de nombreuses destinations touristiques, en particulier les petites îles et les zones écologiquement fragiles. Les incidences du tourisme sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des impacts et des déchets engendrés, doivent rester acceptables.
3. L'activité touristique doit considérer ses effets induits sur le patrimoine culturel et sur les éléments, les activités et la dynamique traditionnels de chaque population locale. La reconnaissance de ces facteurs locaux et le soutien de leur identité, de leur culture et de leurs intérêts doivent être des points de référence incontournables lors de la conception des stratégies touristiques, en particulier dans les pays en voie de développement.
4. La contribution active du tourisme au développement durable présuppose nécessairement la solidarité, le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans le processus. Cette

concertation doit se baser sur des mécanismes efficaces de coopération à tous les niveaux : local, national, régional et international.

5. La préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel offrent un cadre privilégié pour la coopération. Cette approche implique que tous les responsables relèvent ce véritable défi qu'est l'innovation culturelle, technologique et professionnelle, et concentrent leurs efforts pour créer et mettre en œuvre des instruments de planification et de gestion intégrés.
6. Les critères de qualité visant à assurer la préservation de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste, critères définis de manière conjointe avec les populations locales et basés sur les principes du développement durable, doivent être des objectifs prioritaires lors de la formulation des stratégies et des projets touristiques.
7. Pour participer au développement durable, le tourisme doit se baser sur l'éventail de possibilités qu'offre l'économie locale. Les activités touristiques doivent pleinement s'intégrer dans l'économie locale et contribuer de manière positive au développement économique local.
8. Toute option de développement touristique doit avoir une incidence effective sur l'amélioration de la qualité de vie de la population, et contribuer à l'enrichissement socio-culturel de chaque destination.
9. Les gouvernements et les autorités compétentes doivent entreprendre des actions de planification intégrées du développement touristique en partenariat avec les ONG et les populations locales pour contribuer au développement durable.
10. Reconnaissant l'objectif de cohésion économique et sociale entre les peuples de la planète comme un des principes fondamentaux du développement durable, il est urgent que soient mises en place des mesures permettant un partage plus équitable des bénéfices et des charges engendrés par le tourisme. Cela implique un changement dans les modèles de consommation et l'introduction de méthodes de fixation de prix permettant l'intégration des coûts environnementaux. Les gouvernements et les organisations multilatérales devraient donner priorité et renforcer les aides directes ou indirectes destinées aux projets touristiques contribuant à l'amélioration de la qualité de l'environnement. Dans ce contexte, il convient d'étudier l'application harmonieuse au niveau international d'instruments économiques, juridiques et fiscaux, afin de garantir l'utilisation durable des ressources dans les activités touristiques.

11. Les régions vulnérables, aujourd'hui et à l'avenir, du point de vue de l'environnement et de la culture, doivent être considérées comme prioritaires pour la coopération technique et les aides financières en vue d'un développement touristique durable. Les régions particulièrement dégradées par des modèles touristiques obsolètes et à fort impact doivent aussi faire l'objet d'une attention particulière.
12. Le développement des formes alternatives de tourisme respectant les principes du développement durable ainsi que la diversification des produits touristiques constituent des facteurs de stabilité, à moyen comme à long terme. Il convient, dans ce sens, et en particulier dans le cas de nombreuses petites îles et des zones écologiquement fragiles, de favoriser et de renforcer de manière active la coopération régionale.
13. Les gouvernements, l'industrie, les autorités et les ONG compétentes en matière de tourisme doivent encourager et participer à la création de réseaux accessibles de recherche, de diffusion d'information, et de transfert de connaissances et de technologies appropriées en matière de tourisme durable.
14. La définition d'une politique en matière de tourisme durable suppose le soutien et la promotion de systèmes de gestion touristique compatibles avec l'environnement, d'études de faisabilité permettant la transformation du secteur, tout comme la mise en œuvre de projets de démonstration et le développement de programmes de coopération internationale.
15. L'industrie touristique, en collaboration avec les organismes et les ONG dont les activités sont liées au tourisme, doivent définir le cadre spécifique de mise en œuvre des actions actives et préventives pour un développement touristique durable. Ils doivent élaborer des programmes afin de favoriser l'application de ces mesures dans la pratique. Ils sont chargés d'assurer le suivi des actions, d'informer des résultats obtenus et d'échanger leurs expériences.
16. Le rôle et les effets sur l'environnement du transport lié au tourisme doivent faire l'objet d'une attention particulière. Il convient dans ce sens de créer des instruments et de prendre des mesures afin de réduire la part des énergies et des ressources.

Charte du tourisme durable 105

1. Afin que le tourisme soit une activité durable, il est essentiel que les principaux acteurs intervenant dans les activités touristiques, les membres de l'industrie en particulier, adoptent et appliquent des codes de conduite favorisant la durabilité. De tels codes de conduite peuvent être des instruments efficaces pour le développement d'activités touristiques responsables.
2. Toutes les mesures nécessaires pour informer et favoriser la prise de conscience de l'ensemble des parties intervenant dans l'industrie touristique, qu'elles soient locales, nationales, régionales ou internationales, sur le contenu et les objectifs de la Conférence de Lanzarote doivent être mises en œuvre. Résolution finale La Conférence mondiale du Tourisme durable considère essentiel de lancer les appels publics suivants :

   La Conférence recommande aux États et aux gouvernements régionaux d'élaborer d'urgence des programmes d'action pour un développement durable au secteur du tourisme, en accord avec les principes énoncés dans cette Charte.

   La Conférence a décidé de soumettre la Charte du Tourisme durable au secrétaire général des Nations Unies, afin qu'elle soit prise en considération par les organismes et agences du système des Nations Unies, ainsi que par les organisations internationales ayant des accords de coopération avec les Nations Unies, en vue de sa présentation devant l'Assemblée générale. Résolution sur le Comité de suivi Suite à la Conférence mondiale du Tourisme durable, et à l'adoption de la Charte mondiale du Tourisme durable, et de par l'importance des accords obtenus, il convient d'en assurer l'avenir. Il est vital d'assurer la continuité de la ligne de travail et de favoriser la coopération ici entamées.

Charte du tourisme durable 106

Afin de consolider le travail déjà réalisé, il est nécessaire d'assurer un suivi et de veiller à l'application de cette Charte du Tourisme durable. Dans ce sens, les points suivants ont été adoptés :

1. La création d'un Comité de suivi pour la Charte et son programme d'action qui sera constitué des institutions et des agences internationales composant le Comité organisateur de la Conférence.
2. Le Comité de suivi doit assurer la promotion et la diffusion de la Charte et veiller à son application optimale. Il doit également entreprendre des activités afin d'en garantir la continuité, détecter les situations critiques, et encourager toutes les entités publiques et privées à appliquer et à respecter les principes du tourisme durable.
3. Le Comité doit favoriser la réalisation d'études, de projets et d'actions de nature à créer des situations exemplaires pouvant servir de référence pour tout problème majeur au niveau mondial ; ceci constitue la meilleure manière d'appliquer la Charte et les principes du développement durable.
4. Ce Comité est chargé d'assurer la continuité et le suivi des accords de cette conférence et a la responsabilité de la diffusion et de la présentation de la Charte auprès des acteurs du développement durable en matière de tourisme, y compris devant les représentants de l'industrie touristique, les organismes gouvernementaux, les ONG, les agences des Nations unies, et autres institutions internationales.

ANNEXE 2

Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle.

Les représentants boliviens, équatoriens et péruviens de l'État, de l'entreprise privée et des communautés rurales et indigènes, à l'occasion du Forum technique international sur le Management du tourisme durable compétitif, qui s'est tenu du 12 au 14 septembre 2001, co-organisé par le ministère du Tourisme d'Équateur, la confédération nationale des Peuples indigènes d'Équateur (Conaie), la municipalité d'Otavalo et l'OIT, conscients de leurs responsabilités et de leurs devoirs, souscrivent aux points suivants :

➢ Encourager les gouvernements nationaux à mettre en place des politiques publiques favorisant l'établissement du tourisme durable et reconnaissant la contribution spécifique des cultures indigènes dans la diversification de l'offre nationale, dans le contexte des nouvelles opportunités offertes par le marché touristique international.

➢ Promouvoir la prise de conscience nationale sur le sujet afin d'intégrer les principales composantes de la diversité culturelle et de l'équité sociale dans les programmes éducatifs institutionnels.

➢ Favoriser des politiques de soutien aux entreprises de tourisme communautaire en les protégeant contre les activités nuisibles pour l'environnement et l'héritage culturel des peuples indigènes afin d'augmenter leur potentiel économique.

➢ Promouvoir les programmes de formation technique et administrative pour les salariés du secteur touristique et pour améliorer la qualité des services de base au sein des communautés.

➢ Stimuler la mise en place d'un réseau régional des entreprises de tourisme communautaire ayant pour objectif la promotion des destinations touristiques et qui veillera à l'authenticité et à la durabilité des projets.

➢ Encourager les gouvernements nationaux et les ministères du Tourisme en particulier à formuler et implanter un cadre légal qui reconnaisse et garantisse les activités des entreprises touristiques communautaires.

➢ Appeler les institutions publiques responsables du développement touristique à intégrer dans leur fonctionnement la reconnaissance et le dialogue avec le secteur communautaire en vue d'une meilleure réalisation des objectifs spécifiques.

➢ Encourager les alliances et l'implantation de programmes d'intérêts communs entre les gouvernements centraux et locaux, les entreprises privées et les ONG afin d'accroître les opportunités du tourisme communautaire durable et compétitif dans le respect des identités culturelles.

Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle faciliter l'accès des entreprises communautaires aux infrastructures, aux marchés et aux services financiers.

➢ Institutionnaliser et soutenir les activités du tourisme communautaire sur la base de la convention no 169 de l'OIT, défendant les droits collectifs des peuples autochtones et ratifiée par tous les pays participant à la consultation.

➢ Promouvoir l'expression authentique de l'identité culturelle des peuples indigènes, leurs valeurs, leurs traditions, leurs symboles, source de richesse et d'originalité de leurs produits touristiques.

➢ Renforcer les organes régionaux de représentation et de coordination du tourisme communautaire et encourager tous les peuples à être solidaires pour une meilleure intercompréhension des cultures du monde.

Otavalo, province Imbabura, Équateur, le 14 septembre 2001.

ANNEXE 3

Questionnaire mené auprès des touristes rencontrés aux villages de métiers artisanaux.

QUESTIONNAIRE

Madame, Monsieur,

Je suis NGUYEN Thi Nhu Hoa, étudiante en Doctorat à l'Université de La Rochelle (France). Afin de pouvoir acquérir des données nécessaires sur les réflexions des touristes en faveur de la rédaction de ma thèse qui est intitulée « Le développement durable du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué, Vietnam. Le cas de Thanh Tien, Sinh, Thuy Xuan, Bao La et Phuoc Tich », j'ai élaboré totalement 27 questions fermées et ouvertes. Je tiens à vous solliciter sur votre précieux temps pour y répondre. Je vous prie de vous adresser un grand remerciement le plus sincère.

Vos informations personnelles:

- Nationalité: Age:
- Nationalité vietnamienne, votre ville:
- Vous voyagez: tout(e) seul(e) ☐ ☐ en couple
  en famille ☐ ☐ en groupe: personnes

Informations supplémentaires:

- Quelles sont les motivations de votre visite dans la province de Thua Thien Hué?

  (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Tourisme culturel (découvrir les monuments historiques: la cité impériale, les tombeaux royaux, les pagodes)

☐ b. Visiter les villages de métiers artisanaux

☐ c. Tourisme d'affaires

☐ d. Tourisme balnéaire

☐ e. Autres:

- Combien de nuitées restez-vous dans la province de Thua Thien Hué:

☐ Une journée ☐ Une nuit ☐ Deux nuits ☐ Plus de deux nuits

- Vous êtes en ce moment dans le village de:

☐ Thanh Tien ☐ Sinh ☐ Thuy Xuan ☐ Bao La ☐ Phuoc Tich

I. Informations générales sur votre visite dans le village:

1. Par quel moyen êtes-vous arrivé(e)?

☐ a. A vélo

☐ b. En moto

☐ c. En bus/voiture/taxi

☐ d. En bateau

2. Comment connaissez-vous ce village? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Par vous-même sur place

☐ b. Par agence de voyage

☐ c. Par les médias (Internet, reportage, télévision) avant de venir à TTH

☐ d. Par les amis

☐ e. Autres:

3. Quelles sont les motivations de votre visite de ce village? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Découvrir les métiers artisanaux.

☐ b. Découvrir les cultures locales.

☐ c. Rencontrer les autochtones.

☐ d. Avoir une autre vue sur la vie campagnarde.

☐ e. Autres:

4. Combien de temps restez-vous dans ce village?

☐ a. Une demi-journée

☐ b. Une journée

☐ c. Une nuit

☐ d. Plus d'une nuit

5. La visite dans ce village est:

☐ a. La 1ère fois

☐ b. La deuxième fois

☐ c. Plus de 2 fois

***II. Votre avis sur le guide touristique*:**

6. Etes-vous venu(e) dans ce village avec un guide?

☐ a. Oui (veuillez répondre aux autres questions, **sauf la 10**)

☐ b. Non (*veuillez passer directement à la question* **10**)

7. Etes-vous content(e) de votre guide?

☐ a. Très content(e)

☐ b. Content(e)

☐ c. Un peu content(e)

☐ d. Pas content(e)

8. Comment évaluez-vous votre guide? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Il(elle) est serviable/disponible.

☐ b. Il(elle) est sociable/ouvert(e)/gentil(le)/souriant(e).

☐ c. Il(elle) est ponctuel(le).

☐ d. Il(elle) possède une connaissance profonde de ce village.

☐ e. Il(elle) transmet bien les informations.

☐ f. Il(elle) n'est pas serviable/pas disponible.

☐ g. Il(elle) n'est pas sociable/pas ouvert(e)/pas gentil(le)/pas souriant(e).

☐ h. Il(elle) n'est pas ponctuel(le).

☐ i. Il(elle) a une connaissance modeste de ce village.

☐ j. Il(elle) transmet difficilement les informations.

☐ k. Autres:

9. Votre interaction avec votre guide: (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Nous pouvons échanger facilement les informations sur la visite.

☐ b. Il(elle) nous aide à nous approcher plus facilement des habitants locaux.

☐ c. Il(elle) nous aide à confectionner des produits artisanaux.

☐ d. Il(elle) accomplit son travail mais nous avons du mal à poser d'autres questions supplémentaires.

☐ e. Il(elle) ne nous favorise pas les opportunités pour nous approcher des autochtones.

☐ f. Il(elle) nous laisse nous débrouiller pour confectionner des produits artisanaux avec les artisans.

☐ g. Autres:

10. Sans guide touristique, comment avez-vous visité le village? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Nous nous sommes bien débrouillés mais avons visité rapidement le village.

☐ b. Nous avons du mal à nous approcher des habitants locaux parce qu'ils ne parlent pas de langues étrangères.

☐ c. Autres:

III. Le contact avec l'autochtone (l'habitant et l'artisan):

11. Comment trouvez-vous l'accueil des autochtones?

☐ a. Très bon

☐ b. Bon

☐ c. Moyen

☐ d. Mauvais

12. Comment sont les interactions entre vous et les autochtones? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Nous sommes à l'aise pour nous approcher d'eux.

☐ b. Ils sont disponibles pour répondre à nos questions.

☐ c. Ils nous présentent bien l'histoire du métier et montrent comment confectionner des produits artisanaux.

☐ d. Ils sont indifférents et gardent toujours la distance avec nous.

☐ e. Nous ne nous sentons pas à l'aise dans l'interaction avec les autochtones.

IV. Les produits artisanaux

13. Comment trouvez-vous la confection des produits artisanaux? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. La démonstration de la confection des produits artisanaux est claire et compréhensible.

☐ b. Les techniques sont compliquées pour suivre l'artisan.

☐ c. L'artisan montre bien les techniques mais il nous laisse nous débrouiller tout seuls.

☐ d. Autres:

14. Comment trouvez-vous les produits artisanaux? (Plusieurs réponses sont disponibles)

☐ a. Ils sont originaux et typiques.

☐ b. Ils reflètent les valeurs culturelles, historiques et traditionnelles des locaux.

☐ c. Ils sont en bonne qualité.

☐ d. Le prix est raisonnable.

☐ e. Les modèles manquent de variété.

☐ f. Le prix est assez élevé par rapport à la qualité.

☐ g. Les produits ne sont pas de bonne qualité mais le prix est acceptable.

☐ h. Autres:

V. <u>Les services touristiques:</u>

15. Au niveau des infrastructures, comment les trouvez-vous? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Les panneaux indiquent bien les routes.

☐ b. Les routes sont bonnes.

☐ c. Les services publiques de base sont bien installés (toilettes, poubelles, lumières, parking…).

☐ d. Les endroits à visiter sont bien indiqués dans le village.

☐ e. Les panneaux indiquent mal les routes.

☐ f. Les routes sont petites et difficiles pour accéder au village.

☐ g. Il manque de services publiques (toilettes, poubelles, lumières, accueil, aire de pique-nique, parking…).

☐ h. Il manque de panneaux indiquant les visites du village.

☐ i. Autres:

16. Au niveau des activités touristiques, comment les trouvez-vous? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Nous sommes contents(es) parce que les activités sont intéressantes.

☐ b. La visite des ateliers artisanaux est suffisante.

☐ c. Il y a suffisamment d'activités supplémentaires.

☐ d. A part la visite des ateliers artisanaux, il y a très peu d'activités.

☐ e. Autres:

17. Au niveau de la restauration locale, quelles sont vos réflexions? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. La cuisine locale est très bonne et typique.

☐ b. Nous aimons bien apprendre à faire la cuisine locale.

☐ c. C'est difficile pour trouver la restauration dans ce village.

☐ d. Nous n'aimons pas cette cuisine.

☐ e. Nous n'avons pas de temps pour apprendre la cuisine locale.

☐ f. Autres:

VI. <u>Le Home-stay:</u>

18. Restez-vous dans un home-stay chez l'habitant du village?

☐ a. Oui (veuillez continuer à répondre aux autres questions**, sauf la 21**)
Lequel? .....

☐ b. Non (veuillez passer à la **question 21**)

19. Combien de nuits restez-vous dans un home-stay?

☐ a. Une nuit

☐ b. Deux nuits

☐ c. Plus de deux nuits

20. Pourquoi choisissez-vous le home-stay? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Mieux comprendre la mentalité des habitants locaux.

☐ b. Découvrir l'histoire, la culture, l'architecture.

☐ c. Expérimenter le mode de vie des autochtones.

☐ d. Etre dans l'ambiance conviviale et familiale.

☐ e. Faire des recherches en faveur des études ou du travail.

☐ f. Le prix est moins cher.

☐ g. Découvrir la vie en campagne.

☐ h. Autres:

21. Pourquoi ne restez-vous pas dans un home-stay? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Ne pas avoir assez de temps.

☐ b. Le home-stay manque de confort et d'hygiène.

☐ c. Ne pas être approprié à votre culture et à votre mode de vie.

☐ d. C'est cher par rapport qualité/prix.

☐ e. Il manque d'intimité.

☐ f. Il manque d'activités le soir.

☐ g. Autres:

22. Souhaiteriez-vous loger dans un mobile-home en campagne?

☐ a. Oui

☐ b. Non

VII. Promotion du village de métier artisanal :

23. Comment trouvez-vous la promotion de ce village?

☐ a. Très bonne

☐ b. Bonne

☐ c. Moyenne

☐ d. Mauvaise

☐ e. Inexistante

24. Selon vous, comment faire pour accélérer le développement touristique dans ce village? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Créer un circuit qui lie beaucoup de villages de métiers.

☐ b. Mettre l'accent davantage sur la promotion du village et des produits artisanaux.

☐ c. Organiser davantage des activités intéressantes dans le village et les alentours.

☐ d. Améliorer les infrastructures publiques.

☐ e. Mettre l'accent davantage sur l'accueil et sur les échanges avec l'autochtone.

☐ f. Autres:

VIII. Evaluation de votre visite:

25. Quelles sont vos évaluations de votre visite du village, sur le plan:

*(**1**: pas du tout content, **2**: Pas content, **3**: Moyen, **4**: satisfait, **5**: très satisfait)*

	1	*2*	*3*	*4*	*5*
a. De l'organisation du circuit					
b. Du temps de la visite					
c. Des informations et des explications acquises					
d. De la variété des activités					
e. Du prix du circuit					
f. De l'accueil et de l'interaction avec l'habitant					
g. De l'accueil et de l'interaction avec le guide touristique					
h. De la confection des produits touristiques					

26. Quelles sont les raisons pour lesquelles vous recommanderiez cette visite à vos proches et à vos amis? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Le prix du circuit n'est pas cher.

☐ b. Les activités sont intéressantes et originales.

☐ c. Découvrir la culture et la tradition indigènes.

☐ d. Découvrir les métiers artisanaux locaux.

☐ e. Autres:

27. Souhaiteriez-vous retourner visiter ce village dans le futur?

☐ a. Oui

☐ b. Non

☐ c. Hésitation (s'il y a d'autres activités intéressantes)

Merci beaucoup pour votre coopération et très bonne visite!

ANNEXE 4

Questionnaire mené auprès des touristes rencontrés au centre-ville de Hué.

QUESTIONNAIRE

Madame, Monsieur,

Je suis NGUYEN Thi Nhu Hoa, étudiante en Doctorat à l'Université de La Rochelle (France). Afin de pouvoir acquérir des données nécessaires sur les réflexions des touristes en faveur de la rédaction de ma thèse qui est intitulée « Le développement durable du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué, Vietnam. Le cas de Thanh Tien, Sinh, Thuy Xuan, Bao La et Phuoc Tich », j'ai élaboré totalement 13 questions fermées et ouvertes. Je tiens à vous solliciter sur votre précieux temps pour y répondre en cochant les réponses les plus appropriées. Je vous prie de vous adresser un grand remerciement le plus sincère.

Vos informations personnelles:

- Nationalité: Age:
- Nationalité vietnamienne, votre ville:
- Vous voyagez: ☐ tout(e) seul(e) ☐ en couple
  ☐ en famille ☐ en groupe: personnes

1. Quelles sont les motivations de votre visite dans la province de Thua Thien Hué?

(Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Tourisme culturel (découvrir les monuments historiques : la cité impériale, les tombeaux royaux, les pagodes)

☐ b. Visiter les villages de métiers artisanaux

☐ c. Tourisme d'affaires

☐ d. Tourisme balnéaire

☐ e. Autres:

2. Combien de nuitées restez-vous à la province de Thua Thien Hué:

☐ a. Une journée ☐ b. Une nuit ☐ c. Deux nuits ☐ d. Plus de deux nuits

3. Souhaiteriez-vous loger dans des mobile-home en campagne?

☐ a. Oui

☐ b. Non

4. Avez-vous visité les villages de métiers artisanaux?

☐ a. Non (veuillez passer aux questions **5, 6 et 7**)

☐ b. Oui (veuillez passer aux questions **8, 9, 10, 11, 12 et 13**)

Le(s) quel(s)?:

5. *Vous n'avez pas choisi ces villages de métiers artisanaux, parce que*:

☐ a. Les promotions des villages ne sont pas attirantes.

☐ b. Il manque de promotions (brochures, dépliants) en faveur de ces villages.

☐ c. Cela ne nous intéresse pas.

☐ d. Nous avons un court séjour à Hué.

☐ e. Les activités proposées ne sont pas intéressantes.

☐ f. Autres:

6. *D'après vous, comment faire pour attirer davantage les touristes à venir visiter les villages de métiers artisanaux*?

(Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Promouvoir davantage les métiers artisanaux (à l'aéroport, dans les agences, à l'office du tourisme de Hué, sur Internet).

☐ b. Organiser beaucoup d'activités attractives dans les villages.

☐ c. Améliorer la qualité et la diversité des produits artisanaux.

☐ d. Autres:

7. ***Que souhaitez-vous dans les villages de métiers artisanaux***? (Plusieurs réponses sont possibles)

☐ a. Contacter les autochtones.

☐ b. Participer à la confection de produits artisanaux avec les artisans.

☐ c. Participer aux activités quotidiennes avec les autochtones.

☐ d. Découvrir les cultures locales.

☐ e. Autres:

8. **Par quel(s) moyen(s) vous connaissez les villages de métiers artisanaux**?

☐ a. Internet et les médias

☐ b. Les recommandations des proches/amis

☐ c. Par hasard

☐ d. Les propositions des agences de voyages.

☐ e. Autres:

9. **Comment trouvez-vous la promotion de ces villages**?

☐ a. Très bien

☐ b. Bien

☐ c. Moyenne

☐ d. Inexistante

10. **Comment évaluez-vous l'interaction des autochtones**?

☐ a. Très bonne

☐ b. Bonne

☐ c. Moyenne

☐ d. Mauvaise

☐ e. Inexistante

11. **Comment évaluez-vous votre visite dans les villages de métiers artisanaux?**

☐ a. Très bonne

☐ b. Bonne

☐ c. Moyenne

☐ d. Mauvaise

12. Souhaiteriez-vous y retourner?

☐ a. Oui

☐ b. Non

13. Recommanderiez-vous cette visite à vos proches et à vos amis?

☐ a. Oui

☐ b. Non

☐ c. Hésitation (s'il y a des activités intéressantes)

Merci beaucoup pour votre coopération et très bonne visite!

ANNEXE 5

Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec M. Dung NGUYEN, vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Question 1 : Le tourisme de la province de Thua Thien Hué s'est considérablement développé ces cinq dernières années en termes de nombre de touristes et de chiffre d'affaires. Cependant, la combinaison entre le tourisme et les métiers artisanaux n'est pas toujours heureuse et en conséquent, des difficultés apparaissent. Quelles sont d'après vous les raisons de ces difficultés ?

Question 2 : La culture intrinsèque aux métiers artisanaux est considérée comme une grande opportunité qui pourrait permettre par le biais du tourisme le développement de la province. Notre voisin (la ville de Hoi An) a réussi à faire revivre des métiers traditionnels et à les mettre en valeur, par la création d'emplois pour les autochtones. En ce sens, est-ce que la province ne pourrait pas aller plus en avant dans ce projet, en mettant en place les politiques touristiques nécessaires ?

Question 3 : En prenant en compte les objectifs de développement durable touristique comme annoncés dans les Décisions du Comité populaire de la province, quels sont, d'après vous, les grands défis à surmonter afin de faire davantage participer la population locale dans la mise en tourisme des villages de métiers artisanaux ?

Question 4 : Dans la province de Thua Thien Hué, le tourisme communautaire s'impose en tant que nouvelle tendance touristique, notamment au sein des zones dites « hors des sentiers battus ». Cependant, ce type de tourisme demeure spontané et peu professionnel. En tant qu'administrateur, pourriez-vous nous dévoiler vos préoccupations en ce qui concerne ce nouveau modèle de tourisme, qui aide certes au développement des populations locales dans le cadre des mutations sociales inhérentes à l'arrivée de plus en plus importante de touristes dans la province ; mais qui pourrait dégénérer, sans un accompagnement raisonné, en un abus d'exploitation dans le futur ?

ANNEXE 6

Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec les administrateurs concernés par le tourisme et les métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Question 1 : Suite au succès des divers Festivals dont les Festivals de métiers artisanaux, la province tente d'accélérer le développement du tourisme en combinant les métiers artisanaux. Cependant, dans les villages de métiers artisanaux, les service touristiques restent malheureusement bien modestes et peu professionnels. D'un point de vue administratif, qu'envisagez-vous comme améliorations ?

Question 2 : La promotion du patrimoine culturel et immatériel permet des changements positifs. Cependant, il semble que ce n'est pas encore assez efficace pour attirer les touristes et leur faire découvrir les villages de métiers artisanaux. Qu'en pensez-vous ?

Question 3 : Quelles sont d'après vous les solutions en termes d'investissements financiers, d'infrastructures et de personnels, afin d'améliorer la qualification des artisans et des professionnels du tourisme ?

Question 4 : Quelles solutions existent afin de créer des interactions efficaces entre les facteurs (habitants locaux, professionnels, administrateurs), en vue de développer à long terme le tourisme communautaire ?

ANNEXE 7

Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des guides touristiques.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Question 1 : Quels sont, selon vous, les changements de comportements chez le touriste, qui vous amènent ainsi à revoir vos habitudes touristiques et professionnelles ?

Question 2 : En ce qui concerne la participation de la population locale au tourisme, quels sont les points positifs pouvant être améliorés et les points négatifs devant être surmontés ?

Question 3 : La tendance touristique évolue et par conséquent, le choix des destinations touristiques change. D'après vous, quelles difficultés rencontrent les artisans lorsqu'ils se mettent à associer tourisme et produits artisanaux ?

Question 4 : Quelles remarques pouvez-vous nous faire en ce qui concerne la participation, au tourisme, de la population locale ?

ANNEXE 8

Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des voyagistes

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Question 1 : Lors de la mise en œuvre des circuits touristiques dans les villages de métiers artisanaux, à quelles difficultés êtes-vous confronté ?

Question 2 : Comment évaluez-vous les opportunités issues du tourisme communautaire mis en place dans les villages de métiers artisanaux ?

Question 3 : Quelles sont vos politiques d'investissements pour ce type de tourisme ? Ces politiques doivent-elles aller de pair avec celles proclamées par les services administratifs concernés ?

Question 4 : Selon vous, quelles sont les conséquences de la concurrence entre les agences de voyage et les artisans amateurs dans le domaine du tourisme ?

ANNEXE 9

Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des habitants locaux des villages de métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

Question 1 : Qu'attendez-vous de la mise en place des circuits touristiques dans les villages de métiers artisanaux et particulièrement dans le vôtre ?

Question 2 : Quelles difficultés rencontrez-vous lors de votre participation aux activités touristiques qui sont associées aux métiers artisanaux ?

Question 3 : En tant que vous-même facteur incontournable des activités mises en places, que pensez-vous donc de l'avenir des métiers artisanaux et du développement touristique ?

Question 4 : Jusqu'à maintenant, trouvez-vous que le tourisme est un outil favorable à l'amélioration de la vie des autochtones ?

ANNEXE 10

Questions envisagées à poser aux habitants locaux/artisans qui participent au tourisme et/ou qui envisagent de le faire (dans le cadre des villages de métiers artisanaux: la province de Thua Thien Hué, la ville de Hoi An et le village de Bat Trang.)

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

1. Quel revenu estimé gagné grâce aux ateliers artisanaux (et grâce au tourisme) ?
2. Le revenu gagné est-il suffisant pour vivre ?
3. Quelle quantité de touristes ?
4. La durée de visite ?
5. La fréquentation des touristes ?
6. La qualité des produits, varier les produits, diversifier les produits, augmenter le nombre de produits
7. Souhait de transmettre ce métier à leurs enfants ?
8. Apporter la connaissance des produits aux visiteurs (mode de fabrication, historique de la fabrication, utilité des produits, etc.…) ?
9. Souhaiteriez-vous compléter votre métier en faisant découvrir le village et ses environs aux touristes ?
10. Que pensez-vous de la mise en place du *home stay ?*
11. Comment faire pour développer le *home stay ?*
12. Comment faire pour développer le tourisme : faire découvrir les métiers artisanaux ?
13. Qu'attendez-vous des administrateurs ?
14. Qu'attendez-vous des opérateurs touristiques?
15. Quels sont les rapports entre l'administration et les habitants locaux ?

ANNEXE 11

Questionnaire semi-guidé pour les artisans

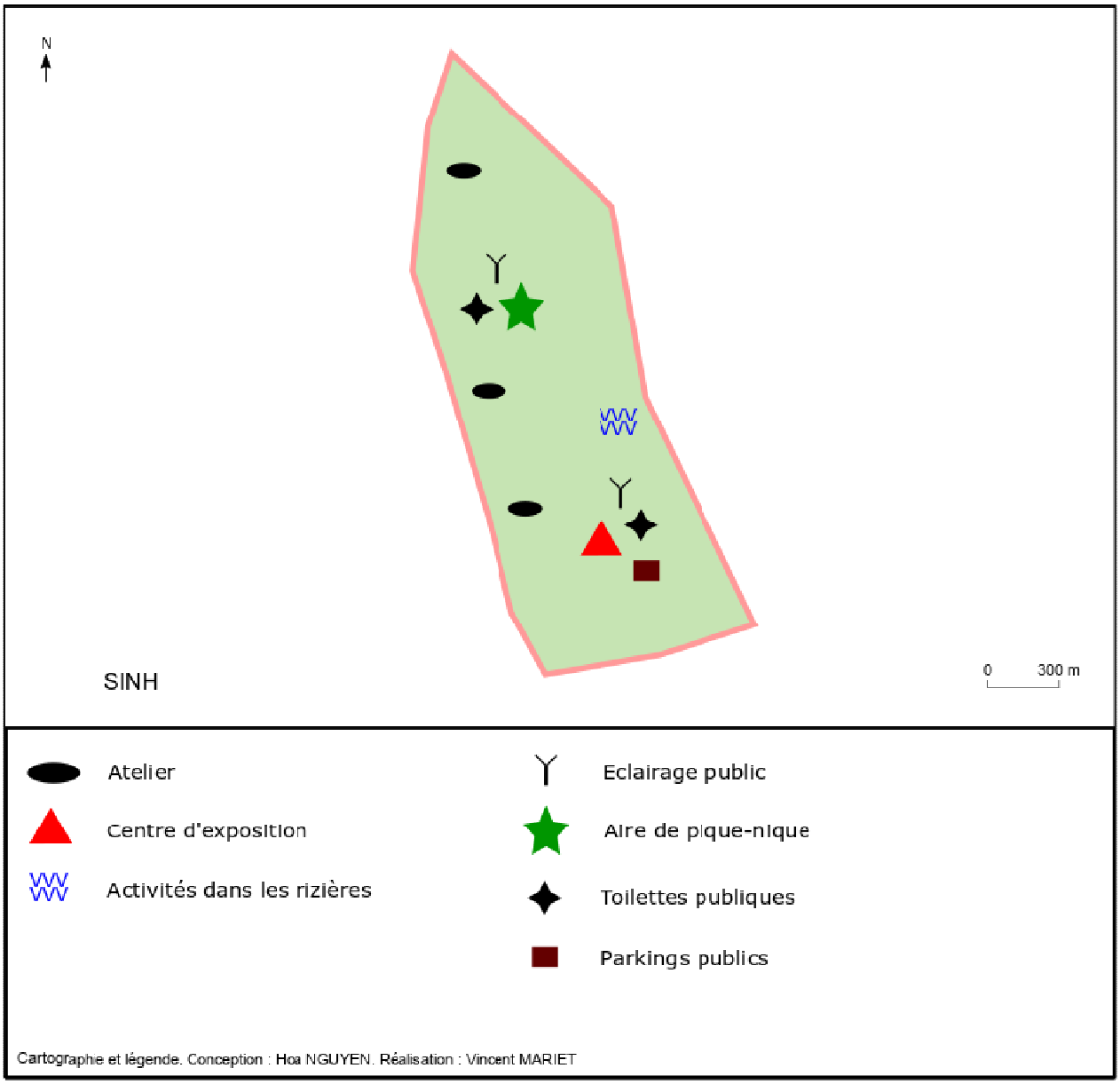
du village de poterie de La Borne, en France.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain réalisé
auprès de 12 artisans, au mois de septembre 2018)

1. L'histoire de la Borne et des villages
2. Est-ce que beaucoup de touristes visitent les ateliers et achètent des produits ?
3. Qu'elles-sont les atouts de La Borne pour attirer les touristes ? (préciser)
4. Quel est le type de publicité utilisé pour communiquer sur le village de La Borne ? (de quelles manières, par quels moyens, les touristes peuvent-ils le connaître ?)
5. Est-ce qu'être potier à La Borne, est suffisant pour gagner sa vie ?
6. Qu'est-ce qui fait la réussite de La Borne dans le domaine du tourisme ?

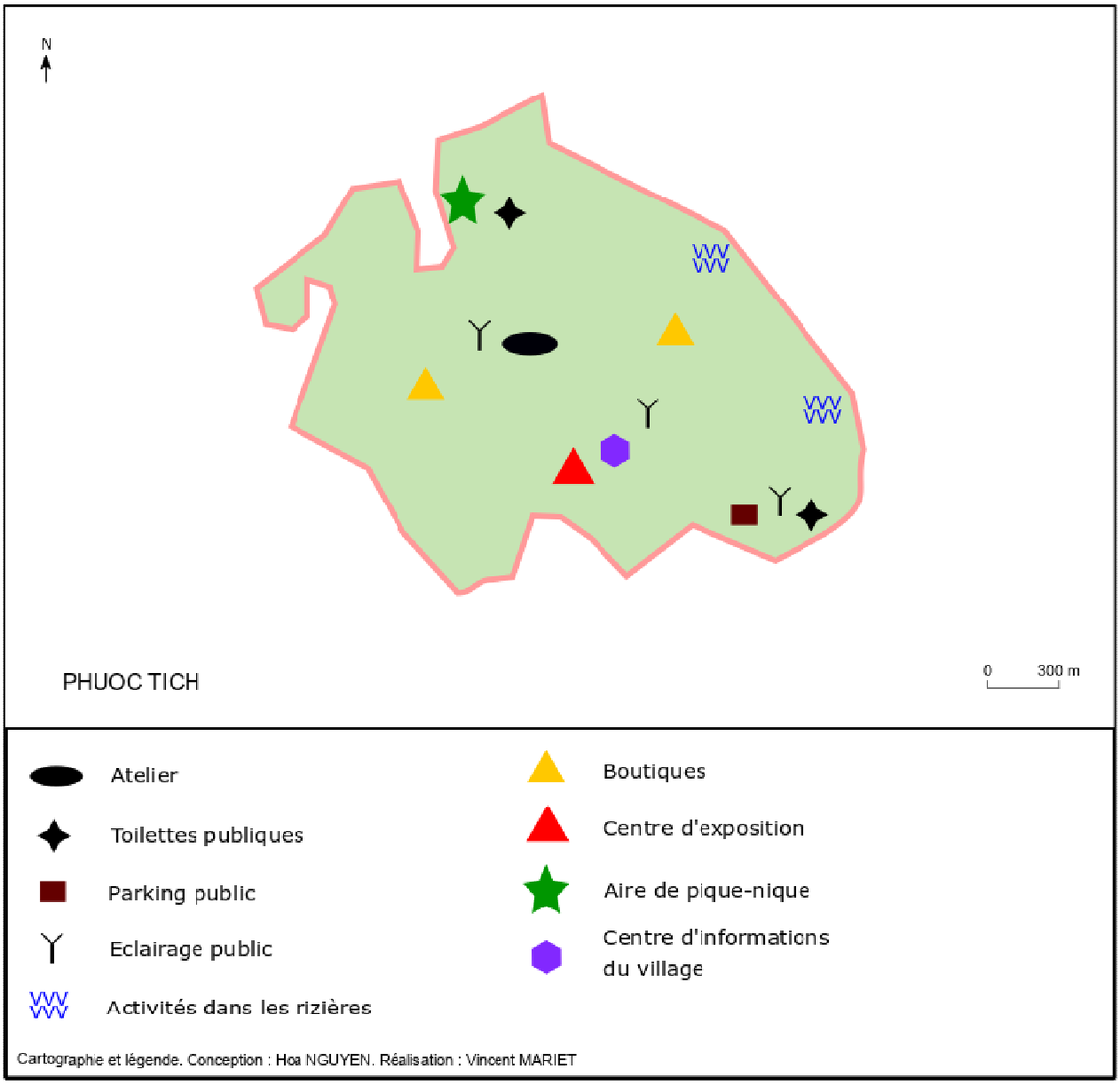
ANNEXE 12

Cartographies d'aménagements touristiques dans les cinq villages de métiers artisanaux.



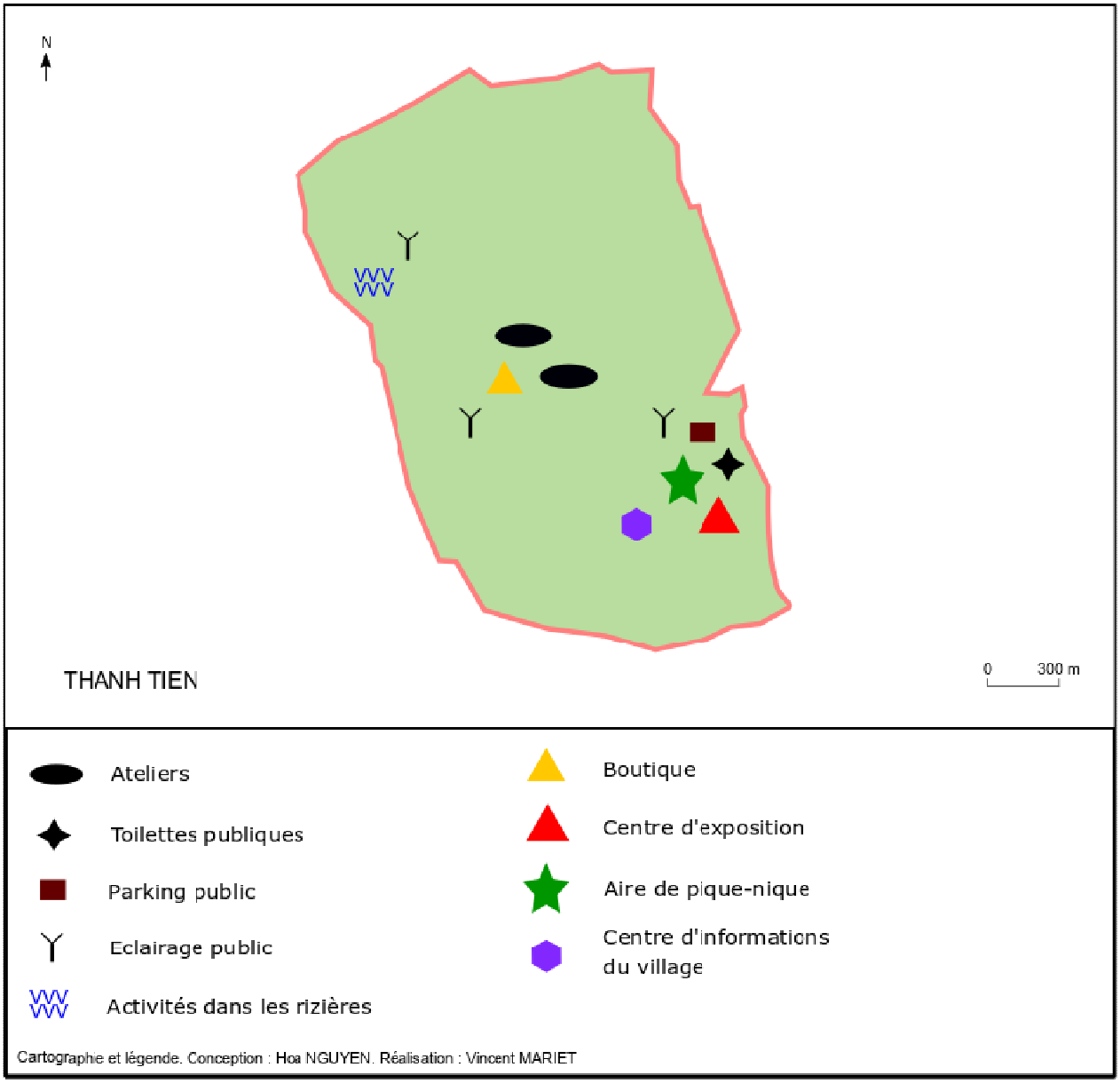
Carte : Aménagements d'infrastructures touristiques au village de Sinh.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



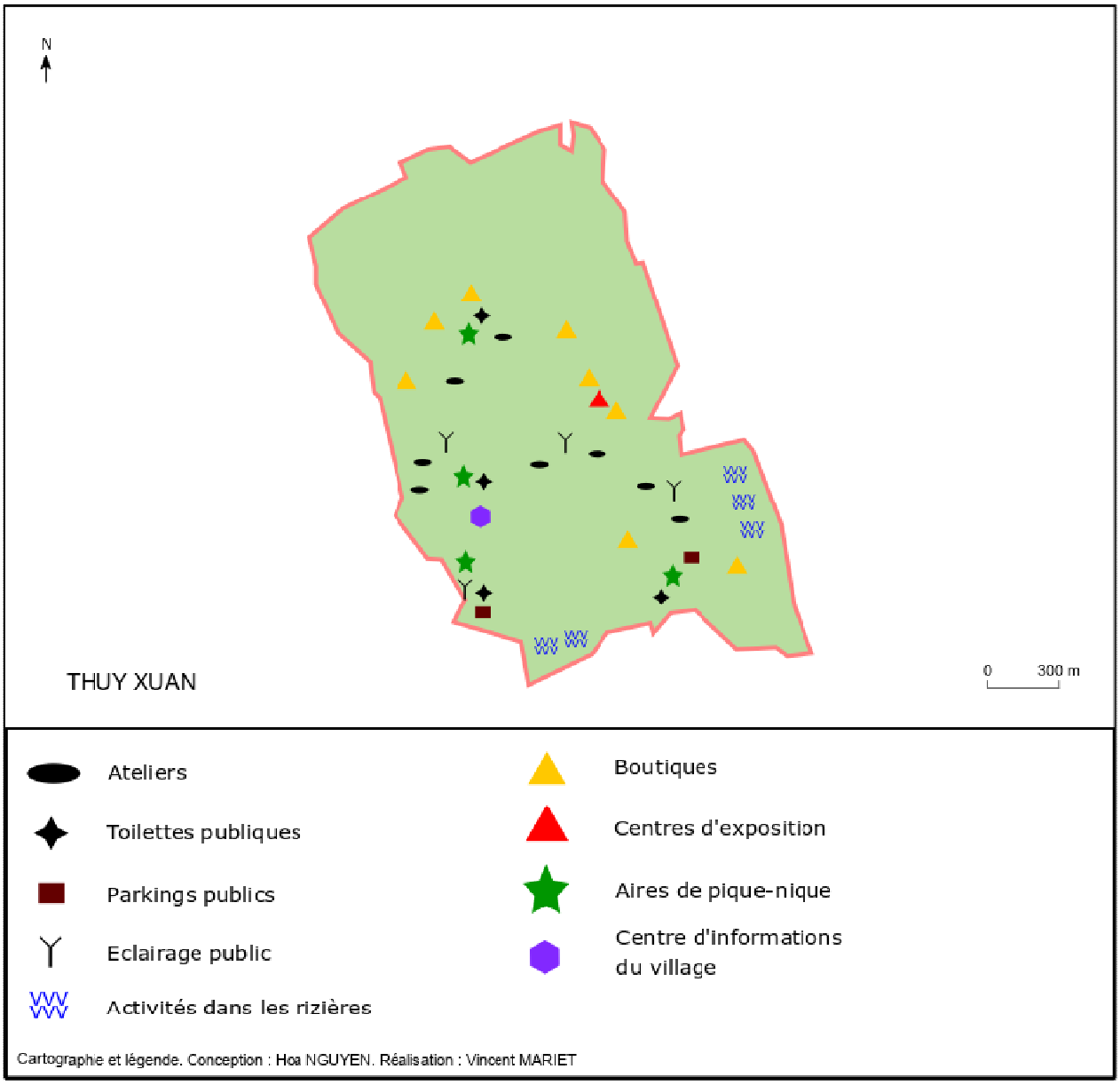
Carte : Aménagements d'infrastructures touristiques au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



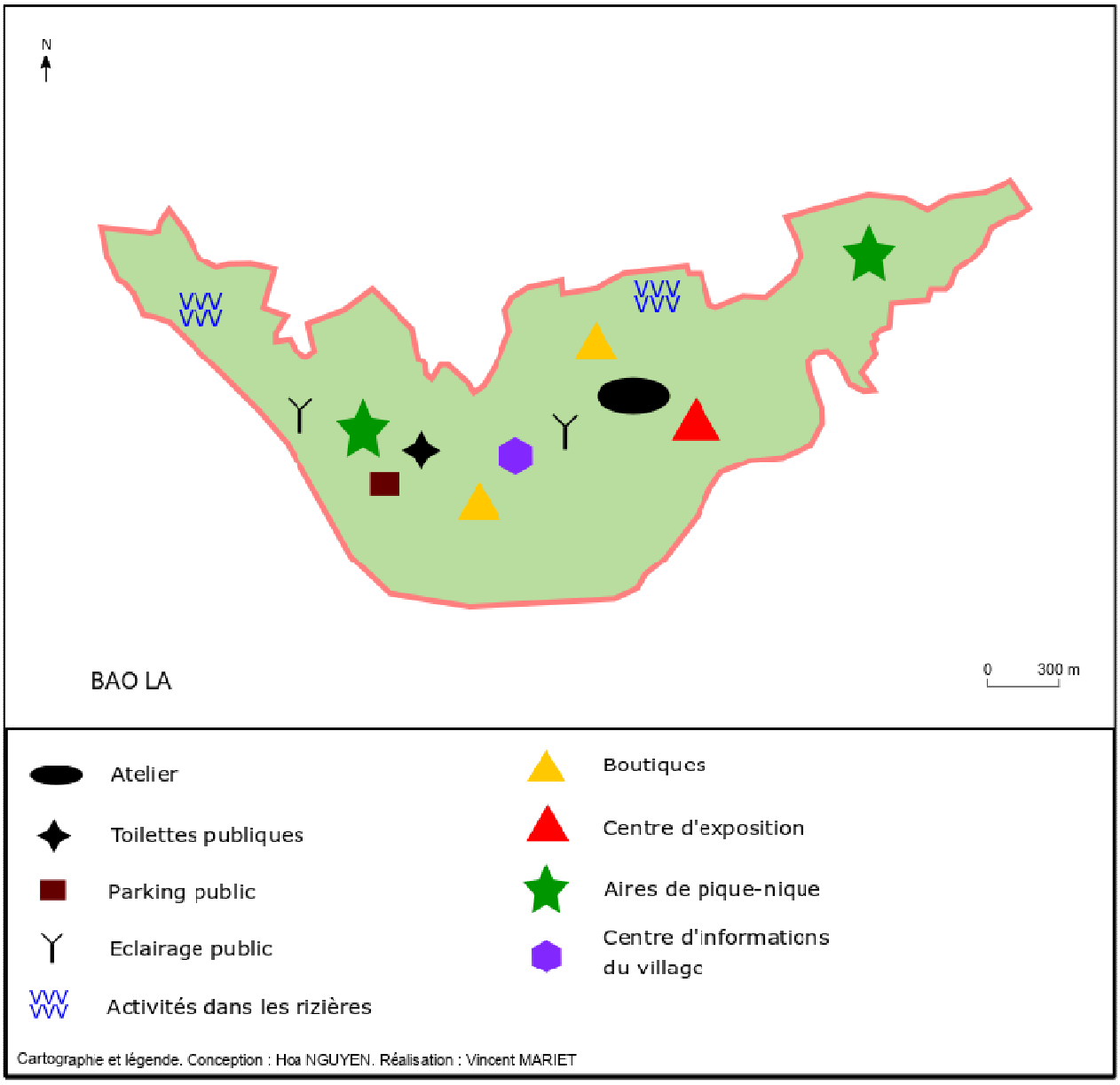
Carte : Aménagements d'infrastructures touristiques au village de Thanh Tien.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



Carte : Aménagements d'infrastructures touristiques au village de Thuy Xuan.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)



Carte : Aménagements d'infrastructures touristiques au village de Bao La.

(Source : Hoa NGUYEN, 2019)

ANNEXE 13

Nombre de touristes domestiques au Vietnam 2001- 2017

Année	Touristes domestiques (*mille de touristes*)	Vitesse de croissance %
2001	11.700	4.5
2002	13.000	11.1
2003	13.500	3.8
2004	14.500	7.4
2005	16.100	11.0
2006	17.500	8.7
2007	19.200	9.7
2008	20.500	6.8
2009	25000	22.0
2010	28.000	12.0
2011	30.000	7.1
2012	32.500	8.3
2013	35.000	7.7
2014	38.500	10.0
2015	57.000	48.0
2016	62.000	8.8
2017	73.200	18.1

Source: Administration Nationale du Tourisme du Vietnam, 2017.

URL : https://www.vietnamtourism.gov.vn.

ANNEXE 14

Nombre de touristes internationaux au Vietnam 2007 – 2017

Année	**Touristes internationaux** (*millions de personnes*)	**Vitesse de croissance %**
2007	4.171	16
2008	4.235	0.6
2009	3.772	-10.9
2010	5.049	34.8
2011	6.014	19.1
2012	6.847	13.86
2013	7.572	10.6
2014	7.874	4.0
2015	7.943	0.9
2016	10.012	26
2017	12.922	29.1

Source: Administration nationale du Tourisme du Vietnam, en 2017.

URL : https://www.vietnamtourism.gov.vn.

ANNEXE 15

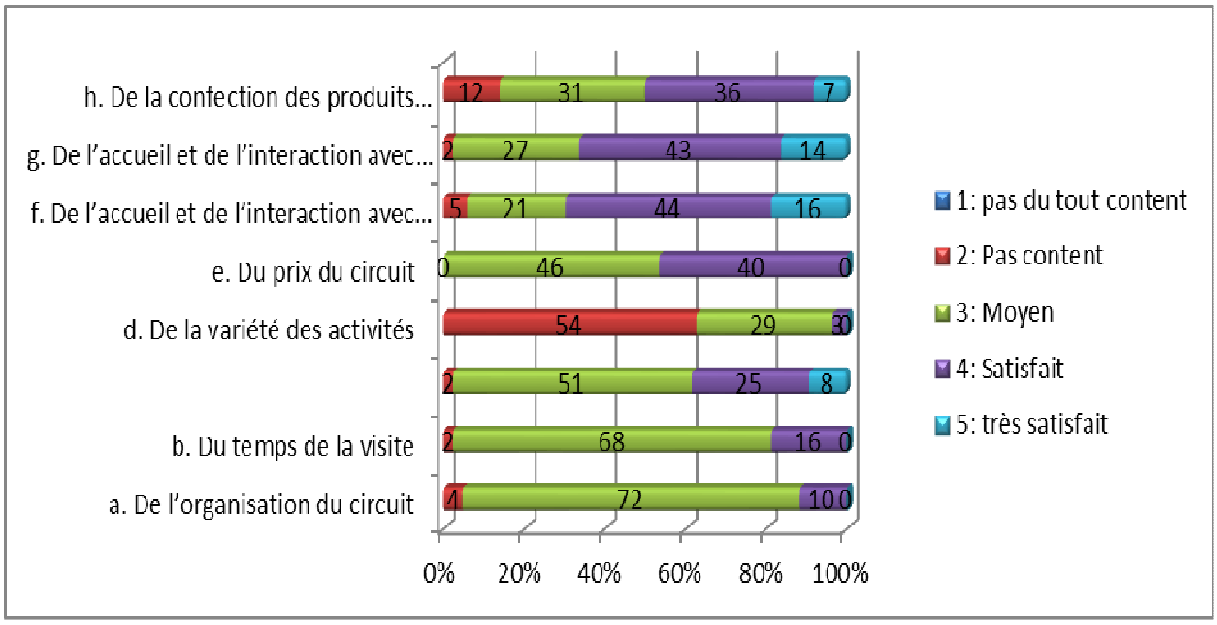
Chiffres d'affaires du tourisme du Vietnam 2001 – 2017

Année	Chiffres d'affaires du tourisme (*mille milliard de dongs*)	Croissance %
2001	20.50	17.8
2002	23.00	12.2
2003	22.00	-4.3
2004	26.00	18.2
2005	30.00	15.4
2006	51.00	70.0
2007	56.00	9.8
2008	60.00	7.1
2009	68.00	13.3
2010	96.00	41.2
2011	130.00	35.4
2012	160.00	23.1
2013	200.00	25.0
2014	230.00	15.0
2015	337.83	25.2
2016	400.00	18.4
2017	510.90	27.5

Source: Administration nationale du Tourisme du Vietnam, en 2017.

URL : https://www.vietnamtourism.gov.vn.

ANNEXE 16

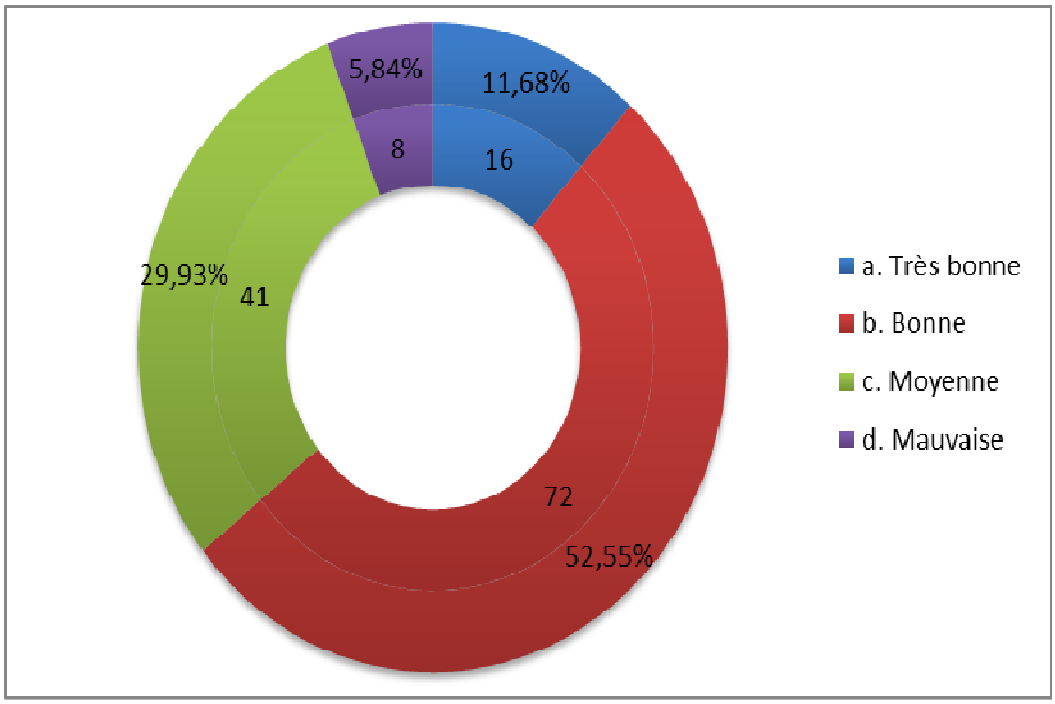


Question «Évaluation de la visite effectuée dans les villages de métiers artisanaux».

86 enquêtés dans au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain, 2016 à 2018)

ANNEXE 17



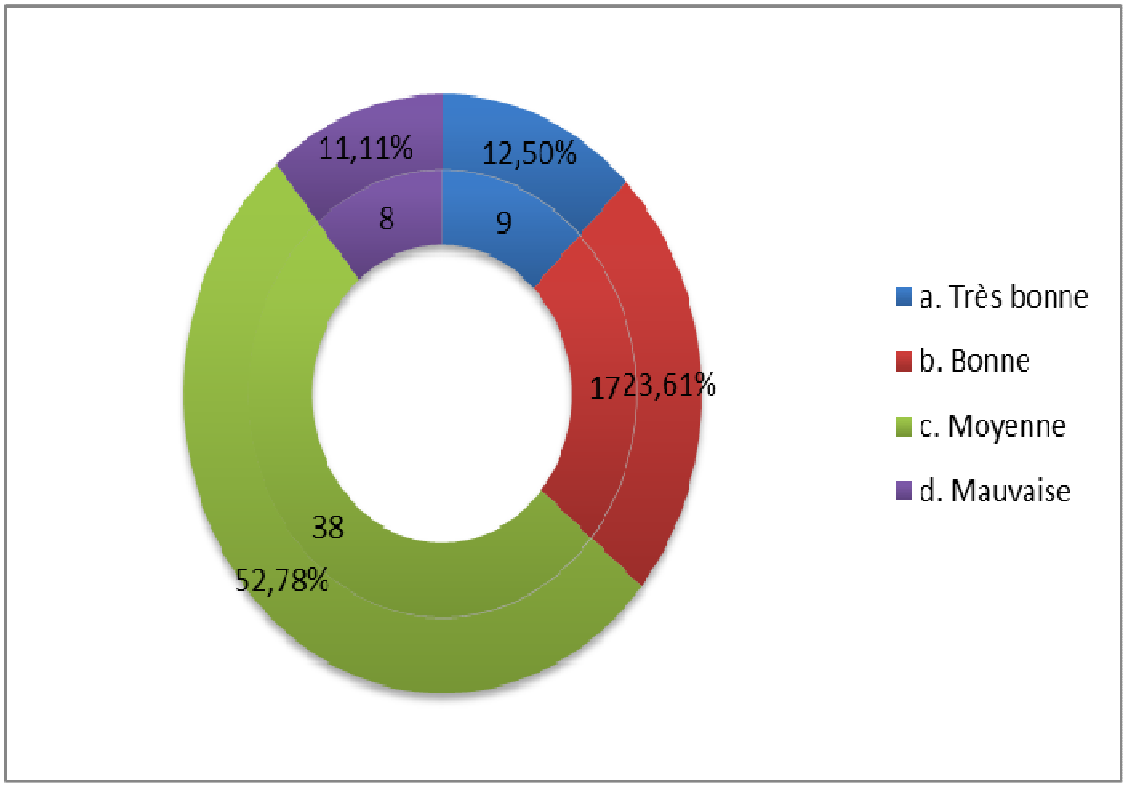
Question «Evaluation de la visite dans les villages de métiers artisanaux».

218 touristes internationaux enquêtés au centre-ville de Hué.

137/ 218 enquêtés ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018).

ANNEXE 18



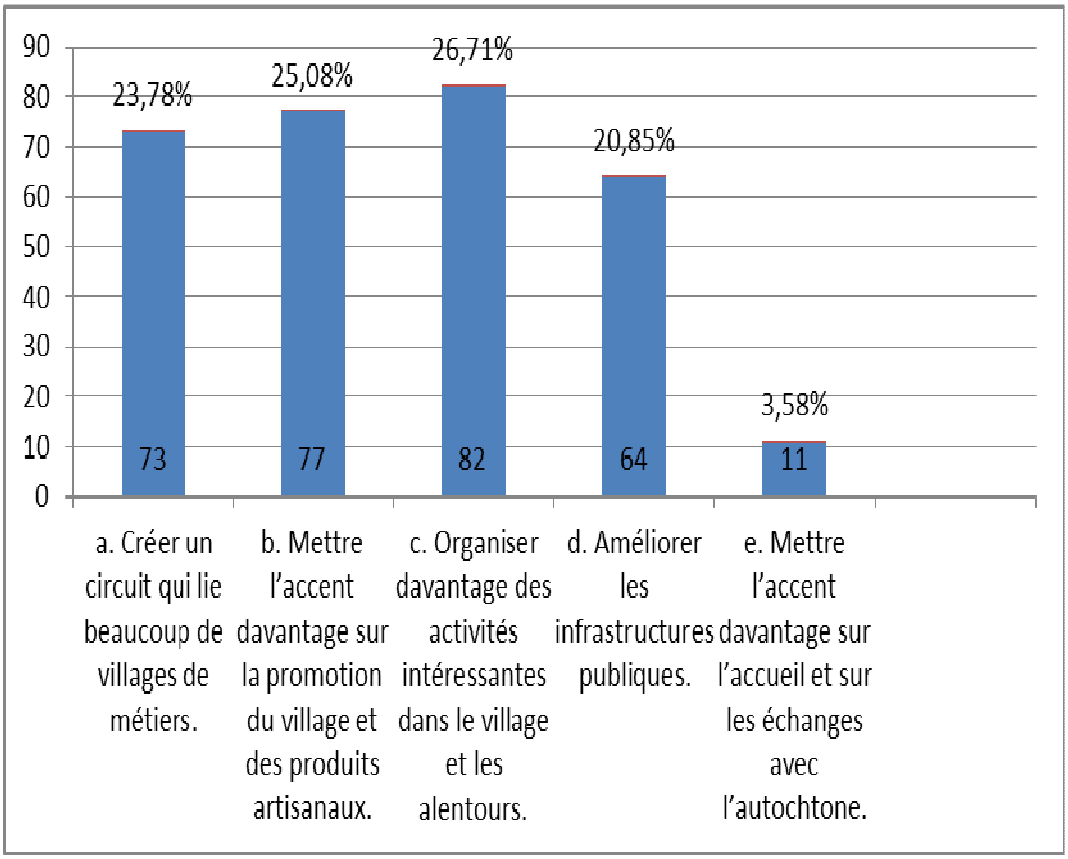
Question «Evaluation de la visite dans les villages de métiers artisanaux».

189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué.

72/ 189 enquêtés ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018).

ANNEXE 19

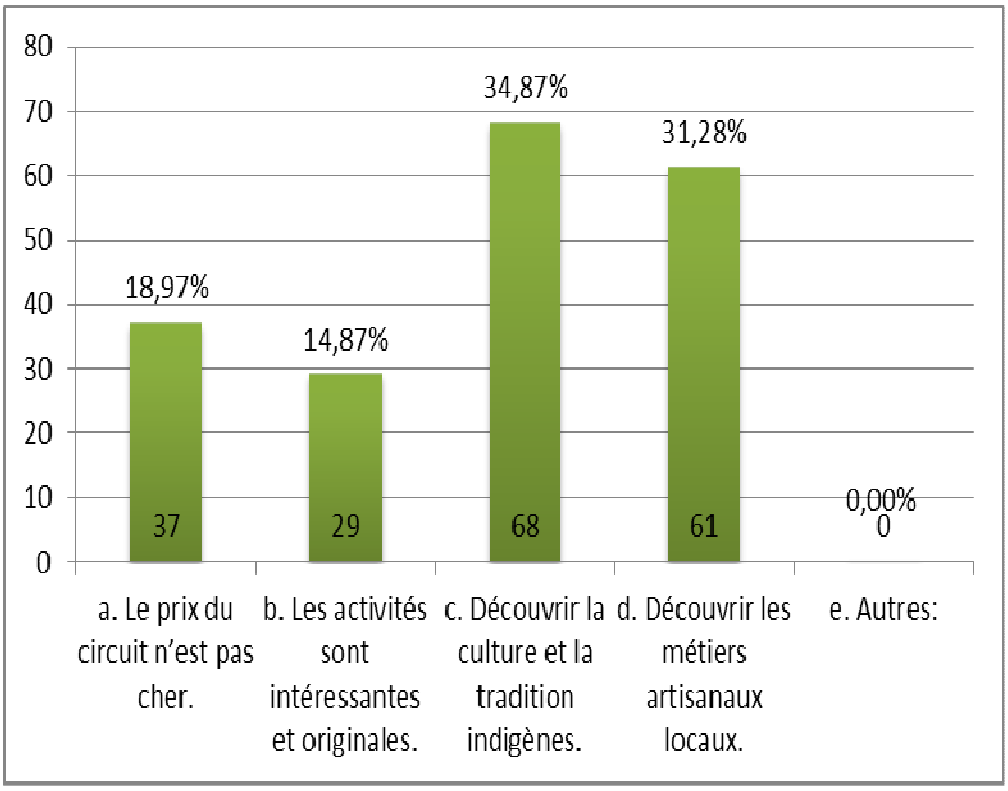


Question «Quelles sont les propositions pour accélérer le développement du tourisme communautaire au village ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018).

ANNEXE 20

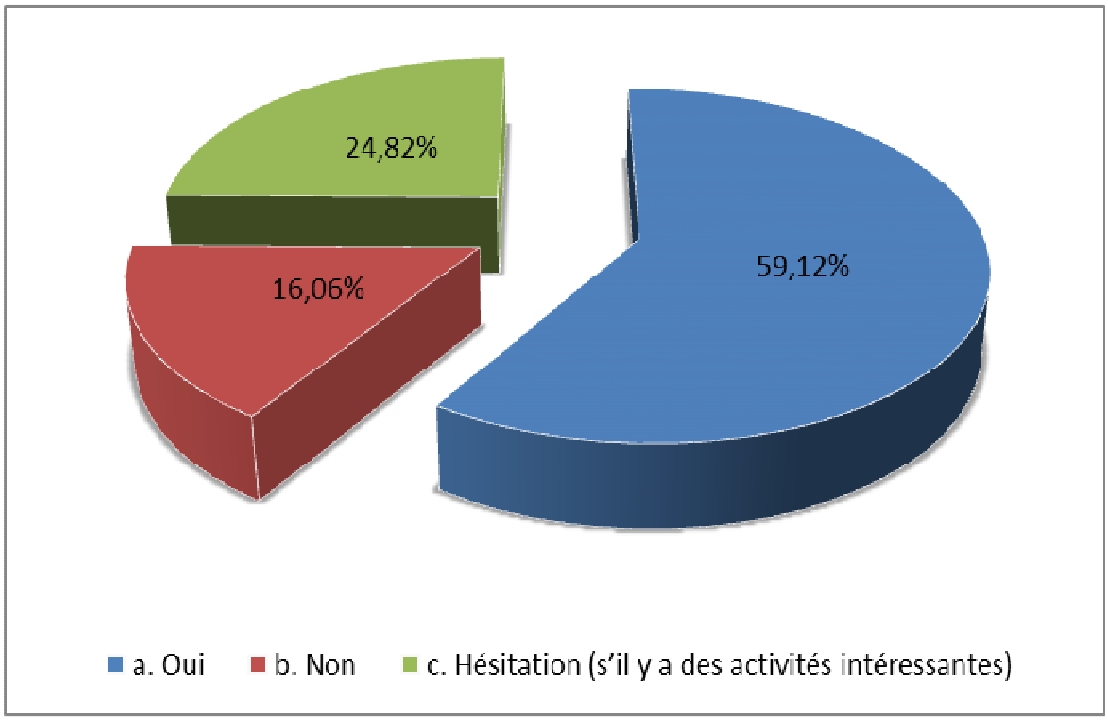


Question «Pourquoi recommandiez-vous cette visite à vos proches/amis ?».

86 enquêtés au village de Phuoc Tich.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

ANNEXE 21



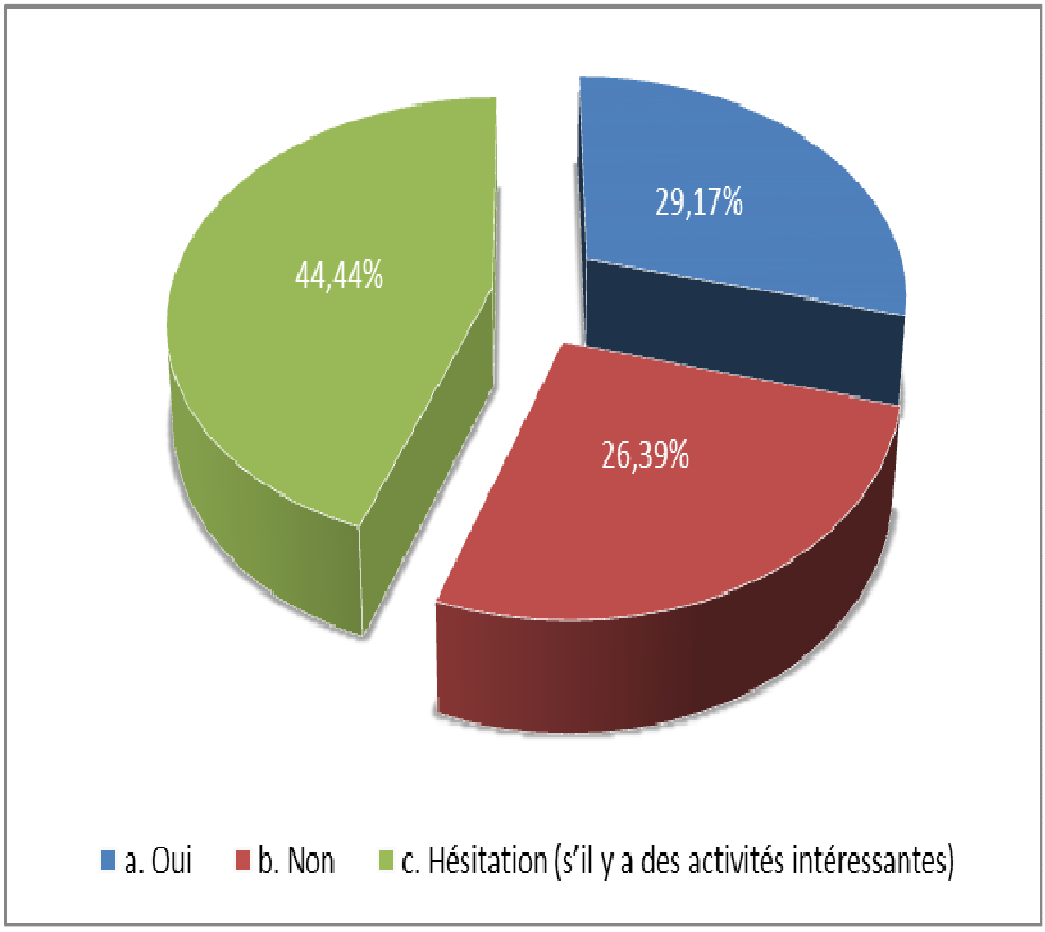
Question «Recommanderiez-vous cette visite à vos proches et à vos amis?»

218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué.

137/218 ont répondu à la question.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018)

ANNEXE 22



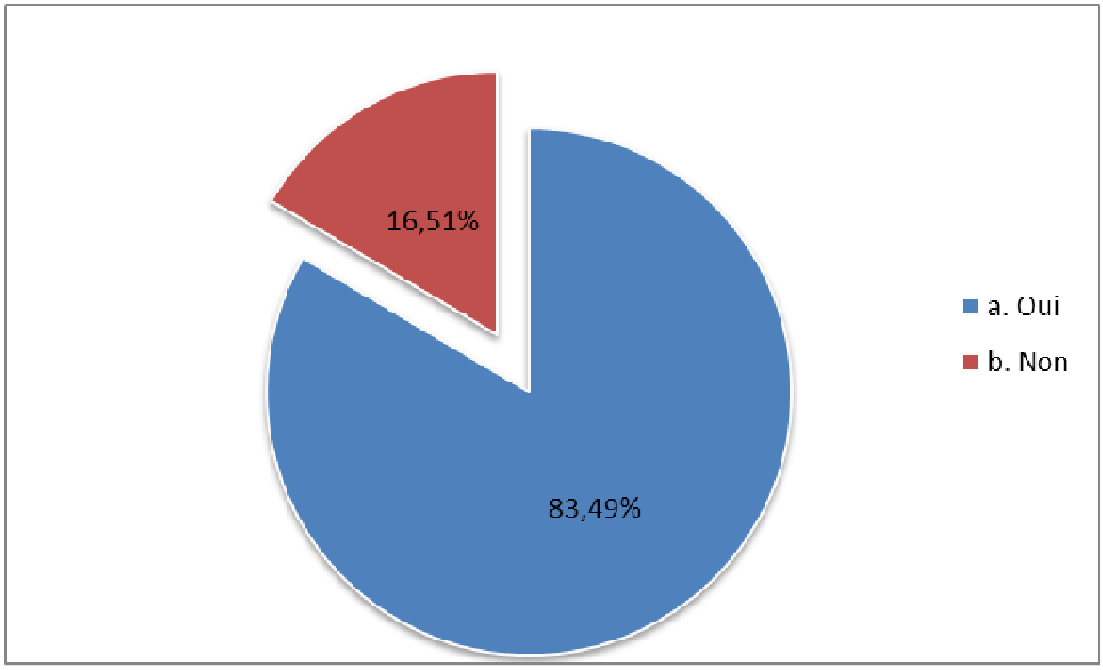
Question «Recommanderiez-vous cette visite à vos proches et à vos amis?».

189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué.

72/ 189 ont répondu à la question

Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018.

ANNEXE 23

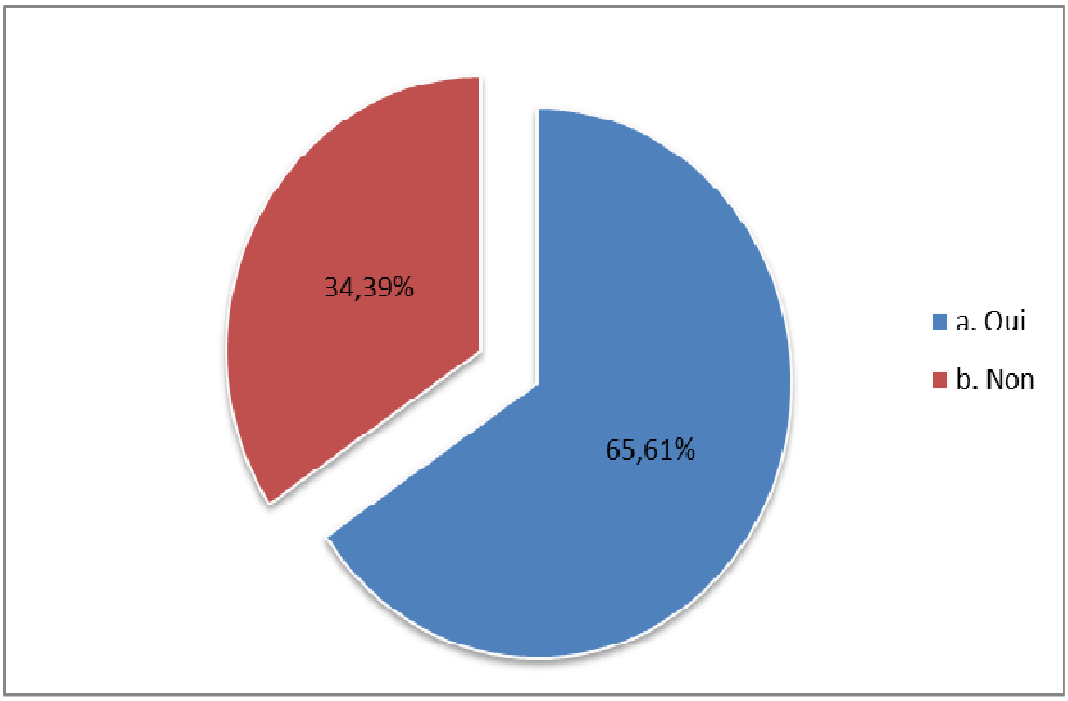


Question «Souhaiteriez-vous loger dans des mobile-home en campagne?».

218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018).

ANNEXE 24



Question «Souhaiteriez-vous loger dans des mobile-home en campagne?».

189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué.

(Source : Hoa NGUYEN, travail de terrain de 2016 à 2018).

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS 2

ABREVIATIONS 4

SOMMAIRE 5

INTRODUCTION GENERALE 6

PARTIE I: **METIERS ARTISANAUX AU VIETNAM: ORIGINES ET DEVELOPPEMENT** 31

Introduction de la première partie 32

Chapitre 1: L'influence identitaire et culturelle des métiers artisanaux 33

I.1.1 Le métier artisanal et l'artisan 33

I.1.1.1 Le métier artisanal 33

I.1.1.2 L'artisan: 34

I.1.2 Les caractéristiques des villages de métiers artisanaux 36

I.1.2.1 Les éléments influencés dans le développement des villages de métiers artisanaux 41

- La demande des consommateurs en faveur des produits artisanaux: 41
- Des artisans et leurs équipes, compétents et qualifiés 41
- Les techniques traditionnelles et les anciennes expériences : 42
- Le climat, l'environnement et la géographie des villages : 43

I.1.2.2 Les niveaux de développement des villages de métiers artisanaux 43

- Les villages qui développement bien et étendent leur influence dans les autres régions: 43
- Des difficultés pour les villages mais des opportunités de développement 45

- Les villages se trouvent dans un état d'«agonie» et risquent de disparaître: 46

I.1.2.3 Les valeurs cachées 46

- «Une entité vivante»: 47
- La personnalité et la particularité de chaque artisan dans son produit : 48
- Les valeurs artistiques et historiques: 49
- Le facteur économique des produits artisanaux: 50

I.1.3 Les politiques et les institutions du gouvernement dans la gestion des villages de métiers artisanaux 50

Chapitre 2: Les villages de métiers artisanaux de la province de TTH 56

I.2.1 L'évolution de l'histoire de la province de TTH marque la naissance des villages de métiers artisanaux 56

I.2.1.1 Village de Thuy Xuan - confection des bâtons d'encens 60

a. Les bâtons d'encens qui se consument représentent les valeurs éthiques inspirées par le confucianisme (la reconnaissance): 60

b. Les valeurs culturelles traversent le temps : un pont qui lie la vie sociale et la vie spirituelle: 61

I.2.1.2 Village de Thanh Tien – confection des fleurs en papier 62

a. Des fleurs spéciales pour l'autel de culte… 62

b. … Aux fleurs de décoration 63

c. Le lotus : une fleur religieuse et de décoration 63

I.2.1.3 Village de Sinh - peinture folklorique sur le papier de coquille 65

a. La naissance de la peinture folklorique liée aux croyances superstitieuses: . 65

b. Les traits de culture locale sont représentés à travers les peintures artisanales: 65

I.2.1.4 Village de Phuoc Tich - Anciennes maisons-jardins traditionnelles qui se dégradent et poterie à l'«agonie» 66

a. La naissance du village et le changement de noms dans le passé: 66

b. L'ancienne maison-jardin traditionnelle en bois («**Nhà rường**» en vietnamien): 68

c. Métier de poterie: 72

I.2.1.5 Village de Bao La - la vannerie 74

a. Les objets quotidiens sous le règne de la dynastie Nguyen (1802-1945): ... 74

b. L'arrivée des produits en plastique: 74

c. La spécialisation des produits: 75

d. La naissance de la Coopérative de la vannerie Bao La («Hop tac xa dan lat Bao La» en vietnamien) en 2007: 75

I.2.2 Le contexte actuel des villages de métiers dans la province de TTH 76

I.2.2.1 Vue générale 76

I.2.2.2 Les critères de classement des villages de métiers artisanaux 80

I.2.3 La «fragile» renaissance de ces villages grâce à l'arrivée du tourisme 82

I.2.3.1 Les événements culturels et touristiques d'importance en faveur de la promotion des villages de métiers artisanaux 83

I.2.3.2 L'évolution du nombre de touristes et du chiffre d'affaires du tourisme de la province de TTH 84

I.2.3.3 La participation des Départements administratifs et des professionnels du tourisme en faveur de la création d'emplois aux autochtones 91

I.2.4 La participation des intervenants administratifs dans les villages de métiers artisanaux 94

I.2.4.1 L'organisation administrative du tourisme en position verticale 94

I.2.4.2 Les responsables du tourisme dans les villages..... 98

I.2.4.3 Les agences de voyage..... 99

I.2.4.4 Les facteurs supplémentaires..... 101

Conclusion de la première partie..... 104

PARTIE II: **IMMOBILITE ET MOBILITE DU TOURISME DANS DES VILLAGES DE METIERS ARTISANAUX**..... 105

Introduction de la deuxième partie..... 106

Chapitre 3: La prise de conscience en ce qui concerne le changement de tendance touristique..... 107

II.3.1 Les agences de voyage..... 107

II.3.1.1 Les circuits classiques..... 107

a. Quand l'incontournable devient banal:..... 107

b. Quand le tourisme historique devient un tourisme de masse:..... 109

II.3.1.2 La recherche de nouveaux concepts pour les produits touristiques..... 110

II.3.1.3 La mise en place d'une variation des produits touristiques grâce à l'élan donné par les Festivals..... 112

II.3.1.4 L'accélération des circuits coordonnés entre deux facteurs «traditionnel et communautaire»..... 113

II.3.1.5 La concurrence entre les agences de voyage..... 115

II.3.1.6 Le désarroi des agences de voyages..... 117

II.3.2 Les médias..... 119

II.3.2.1 L'évolution de la promotion..... 119

II.3.2.2 La répétition des mêmes informations pour une destination touristique 121

II.3.2.3 L'expansion des médias en terme de coopération 122

II.3.3 Les administrateurs locaux 124

II.3.3.1 Les stratégies 124

II.3.3.2 Les coopérations 129

II.3.3.3 L'organisation de concours ou d'actions pour la promotion du tourisme 133

II.3.3.4 Du renforcement du label «pivot» du tourisme (la culture - les patrimoines), à la recherche des nouveaux produits 134

Chapitre 4: La mutation touristique dans les villages de métiers artisanaux 137

II.4.1 Le changement de comportement du touriste et de l'habitant 137

II.4.1.1 Chez l'habitant 137

II.4.1.2 Chez le touriste 145

II.4.2 L'évaluation des interactions entre l'autochtone et le touriste dans le contexte touristique actuel 152

II.4.2.1 Évaluation générale des touristes sur l'accueil des autochtones dans des villages-cibles de métiers artisanaux 152

II.4.2.2 La culture et l'interculturel 156

II.4.2.3 L'interaction interculturelle entre le touriste et l'habitant 159

- La transformation des territoires: 160
- L'histoire locale à travers les produits artisanaux locaux: 162

➢ Tourisme participatif à travers la découverte du savoir-faire des métiers artisanaux: 162

➢ *Se mettre au diapason des us et coutumes locaux*: 163

➢ Les représentations touristiques (imaginaire du tourisme): 165

II.4.3 Le guide touristique 166

II.4.3.1 Le rôle du guide touristique 167

➢ Le rôle *«noyau»* du guide touristique dans la transmission des informations entre les touristes et les locaux: 167

➢ Du facteur central au facteur nécessaire dans la transmission des informations: 168

➢ Le rôle de communication du guide touristique: 169

II.4.3.2 Le guide touristique vu par les touristes 174

➢ Au village de Phuoc Tich: 174

➢ Dans les quatre villages (Thanh Tien, Sinh, Bao La et Thuy Xuan): 176

Conclusion de la deuxième partie 180

PARTIE III: **DÉVELOPPEMENT DU TOURISME COMMUNAUTAIRE LOCAL ET CONTRIBUTION À LA CRÉATION DES EMPLOIS POUR LES HABITANTS LOCAUX** 181

Introduction de la troisième partie 182

Chapitre 5: Evaluation des répercussions touristiques dans les villages de métiers artisanaux en vue du développement durable du tourisme communautaire 183

III.5.1 La mise en évidence des valeurs culturelles dans le tourisme communautaire dans le cadre du développement durable 183

III.5.1.1 Suivant l'objectif du développement du tourisme durable 183

a. Tourisme durable: 183
b. Les tourismes concernés: 190
III.5.1.2 Tourisme communautaire: réagir davantage 193
a. Le développement du tourisme communautaire grâce à la variété des conditions environnementales: 194
b. Les zones développées du tourisme communautaire: 198
c. Contribuer au développement des communautés: 202
d. Lutte contre la pauvreté: les communautés locales doivent s'investir en priorité 206
III.5.2 Le développement du tourisme culturel dans les cinq villages de métiers artisanaux 213
III.5.2.1 Le choix de destinations des touristes 216
a. Motivations: 216
b. Moyens de déplacement: 220
c. Les canaux de promotion de ces villages: 227
III.5.2.2 La confection des produits artisanaux 233

Chapitre 6: Des créations d'emplois en faveur des autochtones par l'intermédiaire du *home stay* et des activités touristiques 246

III.6.1 Quand le tourisme culturel va de pair avec le tourisme communautaire: le développement du *home stay* 246
III.6.1.1 Le *home stay* au village de Phuoc Tich 248
III.6.1.2 Le *home stay* au village de Thuy Xuan 254
III.6.2 Les activités touristiques dans les cinq villages de métiers artisanaux en faveur du développement des communautés locales 260
III.6.2.1 Les caractéristiques touristiques particulières de ces villages 260

a. Village de Thuy Xuan: les avantages de la localisation favorisent les circuits organisés en faveur du tourisme communautaire: 262

b. Les fleurs «fanées» sont ressuscitées grâce au «héros» du village de Thanh Tien. Le rêve ne s'arrête pas. 264

c. Village de Sinh: Les produits artisanaux synthétisent les valeurs des croyances populaires mais ne sont pas dédiés à une utilité pratique quotidienne. 266

d. Village de Bao La: Le tourisme - un outil de promotion pour le commerce des produits artisanaux: 268

e. *Home stay* et poterie au village de Phuoc Tich: une voie à suivre qui manque d'investissements financiers et de capacité concurrentielle: 270

III.6.2.2 Regards des touristes 272

III.6.3 Les apports du tourisme et la création d'emplois pour les autochtones 276

III.6.3.1 Le développement local: contribution à l'amélioration de la vie des autochtones 276

III.6.3.2 Les retombées touristiques dans ces villages 278

III.6.3.3 L'influence directe ou indirecte du tourisme dans ces villages? 283

III.6.4 Les formations mises en place pour les autochtones 296

III.6.4.1 Les artisans se forment eux-mêmes et entre eux 296

III.6.4.2 Les agences de voyage commencent à s'approprier les projets touristiques dans ces territoires 298

III.6.4.3 L'élément pivot du maintien des métiers artisanaux: la prise en compte de l'importance des formations pour les artisans selon les administrateurs 300

Conclusion de la troisième partie 302

***PARTIE IV*: DES DÉFIS MAJEURS AUX PROPOSITIONS À LONG TERME** 303

Introduction de la quatrième partie 304

Chapitre 7: Les défis du processus de développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux 305

IV.7.1. Place/Produit 305

IV.7.1.1 La pénurie d'infrastructures publiques 305

IV.7.1.2 L'absence d'exploitation du tourisme rural dans ces villages 307

IV.7.1.3 La mise en place de *home-stay*: un projet en proie à de nombreuses difficultés 316

IV.7.1.4 Variété des produits touristiques: la difficulté d'allier culture passée et culture contemporaine 318

IV.7.2 Promotion 320

IV.7.2.1 Le manque de médiation culturelle 320

IV.7.2.2 La promotion touristique 324

IV.7.2.3 La qualité des produits touristiques va-t-elle de pair avec la notoriété de ces villages? 327

IV.7.3 Personnel / Politiques 330

IV.7.3.1 La pénurie d'artisans qualifiés et l'hésitation des habitants à participer à l' «affaire touristique» 330

IV.7.3.2 Les formations des autochtones dans plusieurs domaines 332

IV.7.3.3 La prise de décisions des acteurs politiques et professionnels: entre promesses et mise en attente des réalisations 333

IV.7.4 Éthique 334

IV.7.4.1 La mainmise des agences de voyage sur les activités touristiques dans ces villages 334

IV.7.4.2 De la théorie à la mise en application de l'éthique du tourisme dans le cadre de l'exploitation des activités touristiques 337

Chapitre 8: Les propositions en faveur du développement durable du tourisme communautaire dans ces villages 341

IV.8.1 Les propositions inspirées des touristes 341

IV.8.1.1 L'importance de la variété des activités touristiques 341

IV.8.1.2 Ce qu'il faut faire… 343

IV.8.1.3 Les points forts à continuer à valoriser 344

IV.8.1.4 L'envie d'y retourner…? 346

IV.8.1.5 Le développement de *home stay* 348

IV.8.2 L'exemple des autres villages de métiers artisanaux 349

IV.8.2.1 Se poser la question 349

IV.8.2.2 Ce qui fait la réputation d'un territoire 350

a. Village de Bat Trang: le label de poterie du Vietnam 350

b. Hoi An: un modèle de préservation et de valorisation des patrimoines matériels et immatériels 350

c. La Borne: un des plus anciens villages de poterie de la France 351

IV.8.2.3 La synthèse des points positifs 352

IV.8.2.4 Les difficultés majeures 354

IV.8.3 Sur la base des stratégies d'aménagements du tourisme durable et des métiers artisanaux désignées par les autorités de la province de TTH 358

IV.8.3.1 Pourquoi ne pas accélérer davantage l'installation de *home stay* dans les villages de métiers artisanaux? 358

IV.8.3.2 Aménagements touristiques dans les villages de métiers artisanaux ... 361

IV.8.3.3 La liaison des activités touristiques entre les villages de métiers à proximité 362

IV.8.3.4 Création des produits touristiques thématiques en fonction des zones géographiques culturelles-communautaires 368

Conclusion de la quatrième partie 374

CONCLUSION GÉNÉRALE 375

BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE 379

TABLE DES PHOTOS 395

TABLE DES TABLEAUX ..... **Erreur ! Signet non défini.**

TABLE DES CARTOGRAPHIES 402

TABLE DES GRAPHIQUES 405

TABLE DES SCHEMAS 411

ANNEXES 412

ANNEXE 1: LA CHARTE DU TOURISME DURABLE 413

ANNEXE 2: Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle. 419

ANNEXE 3: Questionnaire mené auprès des touristes rencontrés aux villages de métiers artisanaux. 421

ANNEXE 4: Questionnaire mené auprès des touristes rencontrés au centre-ville de Hué. 432

ANNEXE 5: Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec M. Dung NGUYEN, vice-président du Comité populaire de la province de Thua Thien Hué. 436

ANNEXE 6: Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec les administrateurs concernés par le tourisme et les métiers artisanaux de la province de Thua Thien Hué. 437

ANNEXE 7: Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des guides touristiques. 438

ANNEXE 8: Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des voyagistes 439

ANNEXE 9: Questionnaire semi-guidé pour l'entretien avec des autochtones (artisans et habitants) de la province de Thua Thien Hué. 440

ANNEXE 10: Questions envisagées à poser aux habitants locaux/artisans qui participent au tourisme et/ou qui envisagent de le faire (dans le cadre des villages de métiers artisanaux): la province de Thua Thien Hué, la ville de Hoi An et le village de Bat Trang. 441

ANNEXE 11: Questionnaire semi-guidé pour les artisans du village de poterie de La Borne, en France. 442

ANNEXE 12: Cartographies d'aménagements touristiques dans les cinq villages de métiers artisanaux. 443

ANNEXE 13: Nombre de touristes domestiques au Vietnam 2001- 2017 448

ANNEXE 14: Nombre de touristes internationaux au Vietnam 2007 – 2017 449

ANNEXE 15: Chiffres d'affaires du tourisme du Vietnam 2001 – 2017 450

ANNEXE 16: Question «Évaluation de la visite effectuée dans les villages de métiers artisanaux». 86 enquêtés dans au village de Phuoc Tich. 451

ANNEXE 17: Question «Evaluation de la visite dans les villages de métiers artisanaux». 218 touristes internationaux enquêtés au centre-ville de Hué. 452

ANNEXE 18: Question «Evaluation de la visite dans les villages de métiers artisanaux». 189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué. 453

ANNEXE 19: Question «Quelles sont les propositions pour accélérer le développement du tourisme communautaire au village ?». 86 enquêtés au village de Phuoc Tich. 454

ANNEXE 20: Question «Pourquoi recommandiez-vous cette visite à vos proches/amis ?». 86 enquêtés au village de Phuoc Tich. 455

ANNEXE 21: Question «Recommanderiez-vous cette visite à vos proches et à vos amis?» 218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué. 456

ANNEXE 22: Question «Recommanderiez-vous cette visite à vos proches et à vos amis?». 189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué. 457

ANNEXE 23: Question «Souhaiteriez-vous loger dans des mobile-home en campagne?». 218 touristes étrangers enquêtés au centre-ville de Hué. 458

ANNEXE 24: Question «Souhaiteriez-vous loger dans des mobile-home en campagne?». 189 touristes domestiques enquêtés au centre-ville de Hué. 459

TABLE DES MATIERES 460

RESUME ET ABSTRACT 473

Le développement du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux de la province de Thua Tien Hué, Vietnam.

Le cas de Thanh Tien, Sinh, Thuy Xuan, Bao La et Phuoc Tich.

Reconnus par l'UNESCO comme patrimoines mondiaux depuis 1993 et réputés, les villages de métiers artisanaux de la province de Thừa Thiên Huế (Vietnam) véhiculent les valeurs culturelles et identitaires de la région par le biais de produits artisanaux. La disparition progressive des métiers artisanaux fait prendre conscience de ces richesses culturelles et s'impose ainsi comme un défi pour la province en général et pour les artisans en particulier. La mise en tourisme, par la création d'emplois pour les autochtones et par la pérennisation des patrimoines culturels de ces villages, dévoile les réalités des mutations touristiques, qui concernent plusieurs acteurs. Cette recherche s'attache donc à mettre en évidence trois grands points essentiels. Premièrement, les répercussions culturelles et économiques influencent directement et/ou indirectement la communauté indigène. Deuxièmement, les nouveaux emplois contribuent à améliorer la vie des habitants. Enfin, il s'agit de montrer les difficultés rencontrées localement vis-à-vis du développement durable du tourisme communautaire dans les villages de métiers artisanaux.

Mots-clés: développement durable; tourisme communautaire; villages de métiers artisanaux; mutations touristiques.

The development of community tourism in the province of Thua Tien Hue's craftperson villages, Vietnam.

The case of Thanh Tien, Sinh, Thuy Xuan, Bao La and Phuoc Tich villages.

Recognized by UNESCO since 1993 as a world heritage, the province of Thừa Thiên Huế (Vietnam) is also known for handicraft villages. The cultural and identity values of the region are involved through artisanal products. The awareness of reviving handicrafts is a great challenge for the province in general and artisans in particular, because of the disappearance of these trades. Thus, the setting in tourism by creating jobs with the autochthones and by perpetuating these cultural heritages in these villages, unveils realities of the tourist mutations of several actors concerned. So this research focuses on highlighting the three key points. First, cultural and economic impacts directly and / or indirectly affect the indigenous community. Second, new jobs help improve the lives of local people. Lately, it concerns the difficulties encountered with regard to the sustainable development of community tourism in artisan craft villages.

Key words: sustainable development; community tourism; artisan craft villages; tourist mutations.

La Rochelle Université

CRHIA (Centre de Recherches en Histoire Internationale et Atlantique)

1 parvis Fernand Braudel
17042 LA ROCHELLE cedex 1

CRHIA centre de recherches en histoire internationale et atlantique

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES