

TCHALA DEVELOPMAN



One-Pager : **Filières Touristiques**

Par **Kassandra BONNET**

PROJET TCHALA DEVELOPMAN

Rapport sur la thématique : Filières Touristiques

Rédaction : Kassandra BONNET

Lecture critique : Riphine MAINVIEL, Ferdinand VILNOR, Emmanuel REMILIEN,
Marckens FRANCOEUR
Septembre 2024

Le Tourisme : Manque à Gagner Considérable pour Haïti

1. Introduction

Durant la période de colonisation, Haïti était considéré comme la perle des Antilles pour sa production. Au fil des années comprises entre 1940 à 1960, Haïti est devenu la destination touristique la plus importante de la Caraïbe (Séraphin, 2010), à la suite de l'Exposition Internationale du Bicentenaire de Port-au-Prince en 1949 (Séraphin, 2018). De surcroît, les patrimoines historiques, culturels, naturels et artistiques ont donné une ampleur au secteur touristique en Haïti. Cependant, au fil des décennies ce secteur a connu de fortes secousses comme des catastrophes naturelles et des instabilités sociopolitiques et économiques provoquant ainsi son déclin (Stainton, 2023 ; Séraphin, 2018). À travers ce travail, nous proposons d'identifier les défis les plus pertinents particulièrement liés au tourisme en Haïti, de proposer des solutions, d'analyser les résultats de leur application dans d'autres pays et finalement d'aboutir à des stratégies permettant d'assurer l'adaptation et l'application efficace de ces solutions en Haïti.

2. Problèmes identifiés dans le secteur touristique en Haïti

2.1. Faible contribution du secteur touristique à l'économie haïtienne

Selon WorldData (2024), en 1995 la contribution du secteur touristique au PNB était de 3.2 % et en 2021 ce pourcentage est passé à 0.38 %. Durant ces 26 années, le secteur a atteint son apogée en 2015 soit 4.1 % (Lundahl & Söderlund, 2021). Pour le World Travel and Tourism Council (2022), les recettes touristiques enregistrées en Haïti en 2019 s'élevaient à 1.08 milliard de dollars US, soit une contribution de 9.9 % au PIB ; positionnant ainsi le pays en dix-neuvième position sur 23 pays des Caraïbes (WTTC, 2022). D'un autre côté, il y a une fuite de ces recettes vers l'étranger. En effet, la majorité des dépenses effectuées par les visiteurs va vers des entreprises étrangères, alors que seule une infime partie circule dans l'économie locale (Hassan, 2023).



2.2. Manque de diversification des produits touristiques sur le territoire, particulièrement en milieu rural

En Haïti, les produits touristiques primaires sont pour la plupart issus des attributs physiques, environnementaux et socio-culturels (Stainton, 2023) dont l'inadéquation de leur répartition sur le territoire s'avère généralement flagrante (IICA's Caribbean Agritourism Network, 2024). Benur et Bramwell (2015) montrent la relation qui devrait exister entre la proximité spatiale d'une destination touristique avec les produits locaux en termes de concentration et de diversification. Weidenfeld (2018) pour sa part, avance l'impact positif des stratégies de diversification sur le développement durable du tourisme en termes de protection des ressources naturelles, des produits à valeur ajoutée, ainsi qu'au renforcement des liens entre le tourisme et d'autres secteurs industriels. Cependant, dans notre pays il existe certains produits dont la valorisation contribuerait à élargir la gamme des produits touristiques déjà développés. C'est le cas de certaines ressources agroécologiques, de la gastronomie haïtienne et d'autres produits alimentaires transformés comme le royal du Cap-Haïtien, dous Makòs de Petit-Goâve, konparèt de Jérémie, entre autres.

2.3. Diminution du nombre de touristes visitant Haïti

Après le séisme de 2010, l'industrie du tourisme a survécu grâce à la présence des Organisations Non Gouvernementales (ONG) et d'autres organisations internationales sur le territoire haïtien, car l'arrivée des touristes conventionnels s'est déclinée depuis 1960 (Séraphin, 2018). Cependant après 1980, l'autre côté de l'île, la République Dominicaine (RD) est devenue la première destination touristique de la Caraïbe avec plus de trois millions de visiteurs par an (WTTC, 2022 ; Théodat, 2008).

2.4. Carence en éducation et formation professionnelle de qualité dans le secteur touristique en Haïti

L'enseignement professionnel en tourisme haïtien est déconnecté du système de production investi et ceci par conséquent, a conduit au recours de certaines entreprises vers la main-d'œuvre étrangère (Doré, 2011), alors que le taux de chômage est important dans le pays (Trading Economics, 2024). D'autre part, peu sont les établissements universitaires offrant un programme de licence en tourisme en Haïti. La formation professionnelle, que ce soit dans le cadre universitaire ou continu, est sous-financée, d'autres en plus un espace formel de concertation et de dialogue entre les fournisseurs de l'éducation (ou de formation) et les acteurs d'investissements s'avère nécessaire (Doré, 2011).





3. Solutions existantes

3.1. Adoption de politiques priorisant l'implication de la communauté locale dans l'industrie touristique

Pour Dehoorne (2013), le tourisme est un instrument de lutte contre la pauvreté avec des bénéfices économiques et retombées négatives moyennant l'implémentation des conditions nécessaires dans les territoires hôtes. Depuis 17 ans, le Mexique a adopté le programme connu sous le nom de « Pueblos Mágicos » (PM) pour désigner des localités possédant des attributs socioculturels, historiques ou symboliques qui représentent une opportunité touristique considérable. Ce programme a contribué à la valorisation des patrimoines d'une bonne partie de la population locale du pays, et à la préservation de son identité culturelle, avec la participation active de la communauté des localités en question (Secretaría de Turismo, 2016).

3.2. Promouvoir l'agro-écotourisme dans le pays

En complément à la solution précédente, il est possible d'enrichir notre identité culturelle, de la valoriser et de la mettre au service de la sécurité alimentaire du pays et du bien-être des communautés rurales (Ammirato et al., 2020 ; Septembre, 2019). D'un autre côté, cette stratégie, nous permettra de diversifier les investissements dans l'industrie du tourisme et de diminuer significativement le taux d'importation dans le pays, alors que s'accroîtra la production locale (Simata, 2019). D'autres pays comme le Vanuatu, le Porto-Rico, le Mexique, l'Afrique du Sud et l'Indonésie ont fait usage de cette stratégie de développement touristique (Kiniry, 2022 ; Mustofa, 2022 ; Flores Barrera, & Ríos Elorza, 2020 ; Wagner & Engel, 2018). À partir de 2019, le Vanuatu a appliqué une stratégie d'agrotourisme régénératif visant l'implication des indigènes dans les affaires du secteur agricole et limitant toutes formes d'investissements qui vont à l'encontre de leur politique de développement (ITC, 2023).

3.3. Créer et préserver une bonne réputation du pays pour attirer des investissements et des touristes

La réputation de la République Dominicaine (RD) était jadis associée à la dictature de Rafael Leonidas Trujillo (1930-1961), et ce pays était totalement inconnu dans l'industrie du tourisme. Cette dernière avait été introduite dans ce pays comme une alternative face au flétrissement de l'exportation de leur produits agricoles à la fin des années 1980. Ainsi, alors qu'Haïti gérait ses crises de l'époque, la RD s'était concentrée à la création de sa réputation jusqu'à se positionner comme première destination touristique de la Caraïbe, par la mise en place d'infrastructures comme chaînes hôtelières, restaurants, autoroutes, magasins spécialisés dans les services touristiques ; par la génération d'emplois, l'exonération ou déduction d'impôts pour les investissements réalisés (surtout dans les zones moins développées),





l'encadrement des artisans, la promotion de l'histoire et de l'identité du pays, entre autres. En outre, ils ont créé un service spécial de sécurité frontalière (CESFRONT), limitant toute escapade touristique de la RD vers notre pays, en plus d'assurer la sécurité de la région (Théodat, 2008).

De là, on parvient à comprendre qu'avant de déployer des efforts pour récupérer la présence de notre pays sur la carte touristique internationale, il est crucial de récupérer d'abord la réputation de notre pays en termes de stabilité socio-politique et de sécurité publique et sanitaire, faisant preuve d'une gestion efficace de prévention des catastrophes naturelles, avec la disponibilité des infrastructures nécessaires pour le bien-être des résidents locaux et des touristes (Zhang & Li, 2022 ; Séraphin, 2018 ; Théodat, 2008). Avec ces mises en place, le pays sera en mesure d'attirer des investissements potentiels dont ceux de l'étranger. En effet, de 2016 à 2020, la RD a attiré près de 26 projets d'investissements étrangers dans le secteur touristique, représentant une valeur de 5.7 milliards de dollars US (UN Tourism, 2022), sans considérer les investissements étrangers déjà présents dans le pays avant cette période (Théodat, 2008). D'autre part, certains pays comme le Salvador et le Rwanda, sont parvenus à la récupération de leur réputation touristique après avoir connu des instabilités socio-politiques similaires à celles de notre pays (Patel, 2024 & Alluri, 2009).

3.4. Augmenter l'offre et améliorer la qualité de l'éducation et de la formation professionnelle en tourisme en Haïti

Les autorités concernées (entre autre ministère du Tourisme, ministère de l'Éducation) doivent en collaboration avec les entreprises du secteur touristique concevoir et mettre en place un curriculum d'éducation et de formation en tourisme solide, reconnu et accrédité nationalement et internationalement, répondant aux objectifs de développement touristique du pays et en harmonie avec les Objectifs de Développement Durable (particulièrement les ODD 1, 4, 5, 8, 9 et 10). Des pays de la Caraïbe comme la République Dominicaine (RD), la Jamaïque et les Bahamas offrent des programmes universitaires de premier, deuxième et même troisième cycle en tourisme (FA, 2024 ; KBS, 2024). En RD particulièrement, les firmes étrangères, l'état et les hôteliers sont les entités qui participent à la formation des salariés (Doré, 2011).





4. Résultats de l'application des solutions susmentionnées dans d'autres pays

4.1. L'intégration et la participation active de la communauté locale dans l'industrie du tourisme

Actuellement, le Mexique compte 177 PM avec une contribution économique, en termes de valeur ajoutée brute de 11.863 millions de pesos mexicains en 2023 (Gobierno de México, 2024). Le succès de ce programme a été attesté au niveau international, au point que l'Equateur avec le l'assistance du ministère mexicain du tourisme, l'a déjà appliqué avec actuellement 21 PM enregistrés dans le pays (Velásquez et al., 2021). D'autres pays comme le Chili, la Colombie et l'Espagne disposent également d'un programme similaire dans ce secteur (UTPL, 2021) (Voir annexe 1).

4.2. L'adoption de l'agro-écotourisme

Le nombre de touristes arrivés au Vanuatu est passé de 34 294 en décembre 2022 à 52 010 en décembre 2023, soit une augmentation de 34 % (VNSO, 2024). En 2022, ce même pays a remporté le prix mondial du tourisme alimentaire et de l'agrotourisme, une reconnaissance de la Global Clinton Initiative (Mahony, 2024). Le Porto Rico de son côté, a déjà certifié 32 projets dans son programme d'agrotourisme PRTC (Puerto Rico Tourism Company), lesquels contribuent activement au développement rural à travers différentes filières agricoles (Kiniry, 2022). Le Mexique pour sa part, compte plusieurs localités où l'agrotourisme ne cesse d'évoluer, parmi lesquelles, les routes de la tequila à Jalisco, du fromage et du vin à Querétaro, du vin à Baja California, du café à Chiapas, du cacao à Tabasco, entre autres (Flores Barrera & Ríos Elorza, 2020). En 2007, l'Afrique du Sud a généré un revenu remontant à 9.7 millions de dollars US grâce aux activités de l'agrotourisme (Wagner & Engel, 2018). Par ailleurs, Mustofa (2022) a démontré l'impact positif de l'existence de l'écotourisme sur le développement social et économique de la région de Java Central en Indonésie avec une croissance économique régionale de 10 %.

4.3. Croissance touristique

En 2023, la RD a atteint le cap des 10 millions de touristes pour la première fois dans son histoire (Travelweek, 2024). Le Salvador de son côté, après plus d'une décennie de guerre civile (Godfrey, 2020), a pu faire son apparition sur la carte touristique avec une croissance annuelle moyenne de 5 % du tourisme international entre 2010 et 2019 (Patel, 2024). Par ailleurs, le Rwanda, après le génocide de 1994, a travaillé à la croissance de ses revenus dans l'industrie du tourisme (Alluri, 2009) et actuellement, ces derniers s'élèvent à 600 millions de dollars US avec une contribution de 10 % au PIB national (Etoa-Andegue, 2024).



4.4. Un secteur touristique développé, plus productif et plus compétitif

Les ressources humaines qualifiées contribuent à rendre le secteur touristique plus compétitif (Nakipova et al., 2021 ; Milićević, S. & Petrović, 2019), à augmenter le nombre de touristes internationaux, se positionnant et en occupant des segments de marché importants car, au même titre que les investissements en outillage et en capital physique ; les compétences, capacité d'apprentissage, créativité, image, réputation auprès des clients et qualité de l'organisation sont des actifs immatériels qui participent à la pérennité des organisations dans le secteur (Doré, 2011). La RD, avec ses efforts d'investissements en capital humain, comme mentionné précédemment, a vu le nombre de touristes sur son territoire atteindre les 10 millions en 2023 (Travelweek, 2024), en plus de se positionner comme une destination en pleine croissance à l'échelle internationale (UN Tourism, 2022). La Jamaïque de son côté a reporté 4.1 millions de touristes, avec une recette de 4.3. Milliards de dollars en 2023 (Government of Jamaica, 2023) et les Bahamas, 9.65 millions de touristes en la même année (The Islands of the Bahamas, 2024).

5. Application de solutions similaires en Haïti

L'application d'un programme de valorisation locale en Haïti, par le biais du ministère du tourisme (MDT) peut s'avérer prometteuse dans un climat de sécurité (garanti par le ministère de l'intérieur et de la justice), de stabilité socio-politique et avec la volonté des résidents locaux de s'organiser et de travailler ensemble pour l'obtention de la reconnaissance nationale de leur localité. Bien entendu, ils ne seraient pas seuls dans cette démarche, ils bénéficieraient de l'accompagnement et de l'orientation des élus locaux des collectivités territoriales. Dans l'annexe 2 est présentée une proposition de potentielles zones où un programme de valorisation locale à l'instar des PM pourrait être appliqué. Ce travail peut s'effectuer par le gouvernement qui sera en mesure d'appliquer des stratégies qui renforcent le développement des communautés locales et qui défendent la préservation et la promotion de nos ressources historiques, naturelles et culturelles (Hassan, 2023 ; Osna, 2022 ; Zárate-Altamirano et al., 2022 ; Jeannite 2016).

Quant au programme d'agro-écotourisme en Haïti, il existe déjà quelques efforts dans le domaine mis en évidence à travers le Jardin Botanique des Cayes, la route du Café à Fond Jean Noël, celle de la Montagne à Vallue, celle du Cacao à Dame-Marie, entre autres (Septembre, 2019). Cependant, il est important que les ministères (agriculture, environnement et tourisme) fassent usage de stratégies pour les promouvoir, tout en améliorant la politique de libéralisation et leur protection douanière (MCI, 2014), en collaboration avec le secteur privé,





les communautés locales et les Organisations Non Gouvernementales opérant dans ce domaine. D'autre part, ce sera nécessaire de mener des projets de recherches pour analyser la faisabilité et le développement d'autres sites agro-écotouristiques ainsi que d'autres produits touristiques rentables dans le pays.

La communauté locale pour sa part, se doit d'apporter sa contribution dans la promotion de sa localité et d'encourager ou de mettre en place des initiatives de développement communautaire.

La croissance de l'industrie touristique haïtienne est possible, pourvu que le gouvernement s'engage à appliquer des politiques d'investissement responsables qui veillent au développement socio-économique, environnemental et culturel d'Haïti.

Le Ministère du tourisme en collaboration avec les parties prenantes (ministère de l'Éducation, les institutions d'éducation et de formation professionnelle, ainsi qu'avec les compagnies/firmes hôtelières ou d'autres services touristiques locaux et étrangers) doit orienter des investissements particuliers pour le développement du capital humain en tourisme en Haïti. Également, il leur est impératif de définir des curriculums d'éducation et de formation professionnelle de qualité, répondant aux objectifs de développement touristiques du pays et aux Objectifs de Développement Durable.



Références bibliographiques

- ✓ Alluri, R. M. (2009). *The Role of Tourism in Post-Conflict Peacebuilding in Rwanda*. https://www.files.ethz.ch/isn/111583/wp2_2009.pdf
- ✓ Ammirato, S., Felicetti, A. M., Raso, C., Pansera, B. A., & Violi, A. (2020). Agritourism and Sustainability: What We Can Learn from a Systematic Literature Review. *Sustainability*, 12(22), 9575. <https://doi.org/10.3390/su12229575>
- ✓ Benur, A. M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>
- ✓ Dehoorne, O. (2013). Tourisme et lutte contre la pauvreté : opportunités et défis. *Études Caribéennes*, 24-25. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.6601>
- ✓ Doré, G. (2010). Politique de Formation Professionnelle et d'Emploi en Haïti. Le Cas du Secteur du Tourisme (1980-2010), Paris, École Doctorale Cultures et Sociétés : pp 230-240.
- ✓ Flores Barrera, D. G. A., & Ríos Elorza, S. (2020). El agroturismo como estrategia de diversificación de la cadena agroalimentaria del amaranto en Nativitas (Tlaxcala, México). *Turismo Y Sociedad*, 28, 23–37. <https://doi.org/10.18601/01207555.n28.01>
- ✓ Hassan, V. (2023) Evaluating Royal Caribbean's intervention in Labadee, Haiti: Impacts on local communities and tourism development. (pp. 415–414) https://www.researchgate.net/publication/375869785_Evaluating_Royal_Caribbean's_intervention_in_Labadee_Haiti_Impacts_on_local_communities_and_tourism_development
- ✓ Jeannite, S. & Lapointe, D. (2016). Production of Tourism Space of Île-à-Vache (Haiti): Illustration of the Process of Inequal Geographic Development. *Etudes Caribéennes/Études Caribéennes*, 33-34. <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.8810>
- ✓ Lundahl, M. & Söderlund, B. (2021). A 'Low-Road' Approach to the Haitian Apparel Sector. Consultée le 17 Mai 2024, de <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/260323/1/wp2021-003.pdf>
- ✓ Milićević, S. & Petrović, J. (2019). Human resource management as a factor of competitiveness in tourism and hospitality. Tourism in function of development of the republic of Serbia. *Tourism as a Generator of Employment (TISC 2019)*. <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20220387380>



- ✓ Mustofa, M. (2022). Analysis of the Influence of Islamic Philanthropy, Education and Eco-Tourism on GRDP in Central Java Period 2017 -2019. *Indonesian Conference of Zakat - Proceedings*, 405-416. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2021.256>
- ✓ Nakipova, G., Arynova, Z., Kunyazov, E., Berezyuk, V., Zhunusova, A., & Syzdykbayeva, B. (2021). Influence of human capital on the development of tourism industry. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 12(6 (54)), 1694-1706. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1022009>
- ✓ Osna, W. (2022). (Éco)tourisme en Haïti : le cas du mégaprojet Destination Île à Vache. *Téoros. Revue de Recherche En Tourisme*, 41(2). <http://journals.openedition.org/teoros/11018>
- ✓ Patel, R. (2024). Securing development: Uneven geographies of coastal tourism development in El Salvador. *World Development*, 174, 106450. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2023.106450>
- ✓ Séraphin, H. (2010), "Quel avenir pour le tourisme en Haïti ?", *Revue Espaces*, 281, pp. 4-6.
- ✓ Seraphin, H. (2018). The past, present and future of Haiti as a post-colonial, post-conflict and post-disaster destination. *Journal of Tourism Futures*, 4(3), 249-264. <https://doi.org/10.1108/jtf-03-2018-0007>
- ✓ Simata, E. L. (2019). *Exploring agritourism as sustainable development for Solomon Islands* (Master's Thesis, Ritsumeikan Asia Pacific University, Japan).
- ✓ Théodat, J.-M. (2008). Un tourisme contrasté : Haïti et la République Dominicaine. *Espaces Tropicaux*, 19(10), 229-242. https://www.persee.fr/doc/etrop_1147-3991_2008_act_19_10_1194
- ✓ Velásquez, E. R. M., Olivo, P. A. V., Carvajal, F. R. G., & Cando, C. A. V. (2021). Análisis de la oferta turística del programa Pueblos mágicos Ecuador-4 mundos. *Turismo y Patrimonio*, (17), 121-149. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.07>
- ✓ Weidenfeld, A. (2018). Tourism Diversification and Its Implications for Smart Specialisation. *Sustainability*, 10(2), 319. <https://doi.org/10.3390/su10020319>
- ✓ Zhang, H., & Li, W. (2022). Where You Live Does Matter: Impact of Residents' Place Image on Their Subjective Well-Being. *Sustainability*, 14(23), 16106. <https://doi.org/10.3390/su142316106>



Pages web consultées

- ✓ Etoa-Andegue, S. (05 Avril 2024). "Visit Rwanda" : 30 ans après le génocide, le pays mise sur le tourisme haut de gamme. Franceinfo. https://www.francetvinfo.fr/monde/afrique/rwanda/visit-rwanda-30-ans-apres-le-genocide-le-pays-mise-sur-le-tourisme-haut-de-gamme_6469034.html Consultée le 08/04/2024
- ✓ FA (Free Apply). (2024). Study the Bachelor programs in Tourism in Bahamas. Free Apply. <https://free-apply.com/en/articles/country/3572887/degree/1/program/55> . Consultée le 31/08/2024.
- ✓ FA (Free Apply). (2024). Universities offering the most popular PhD programs in Tourism in Dominican Republic. Free Apply. <https://free-apply.com/en/articles/country/3508796/degree/1/program/55>. Consultée le 31/08/2024.
- ✓ Gobierno de México. (2024). Segundo estudio económico de Pueblos Mágicos. DataTur. <https://www.datatur.sectur.gob.mx/PueblosMagicos/pminicio.aspx> Consultée le 01/04/2024.
- ✓ Godfrey, F. (14 Décembre 2020). El Salvador, a country on the rise. Rough Guides. <https://www.roughguides.com/articles/el-salvador-a-country-on-the-rise/> Consultée le 08/04/2024.
- ✓ Government of Jamaica. (19 Décembre 2023). Jamaica set to record 4.1 million visitors and us\$4.3 billion in earnings for 2023. Government of Jamaica. <https://www.mot.gov.jm/news-releases/jamaica-set-record-41-million-visitors-and-us43-billion-earnings-2023> Consultée le : 02/09/2024.
- ✓ IICA's Caribbean Agritourism Network. (2024). What is Agritourism? IICA. <https://agritourism.iica.int/what-is-agritourism/> Consultée le 05/04/2024.
- ✓ ITC. (17 Octobre 2023). Smart Tourism in Vanuatu: Regenerating the pride of Indigenous Peoples. Interview with Jerry Spooner, Executive Director and founder, Regenerative Vanua, Vanuatu. ITC. <https://intracen.org/news-and-events/news/smart-tourism-in-vanuatu-regenerating-the-pride-of-indigenous-peoples> Consultée le 12/04/2024.
- ✓ KBS (Keystone Bachelor Studies). (2024). 3 Bachelor Programs in Tourism and Hospitality Tourism in Jamaica for 2024. Keystone Bachelor Studies. <https://www.bachelorstudies.com/bachelor/tourism/jamaica> . Consultée le 31/08/2024.



- ✓ Kiniry, L. (20 Juillet 2022). *How Puerto Rico Became One of the Caribbean's Top Agritourism Destinations*. Smithsonian Magazine. <https://www.smithsonianmag.com/travel/how-puerto-rico-became-one-of-the-caribbeans-top-agritourism-destinations-180980435/> Consultée le 05/04/2024.
- ✓ Mahony, I., Underhill, S., Schouten, C., Simos, T., Manley, M., Addinsall, C., Waqairatu, S., Bibi, P., Lal, M., Kumar, M., Southgate, P., Johns, C., Kaumaitotoya, L., King-Lilo, J., Lilo, W., & Stice, M. (01 Mars 2024). *Project final report Pacific Agribusiness Research in Development Initiative Phase 2 -PARDI 2*. <https://www.aciar.gov.au/sites/default/files/2024-01/agb-2014-057-final-report.pdf> Consultée le 08/04/2024
- ✓ MCI. (11 Avril 2014). *Produits typiques : les potentialités économiques d'Haïti*. Relief Web. <https://reliefweb.int/report/haiti/produits-typiques-dhaiti-les-potentialit-s-comiques#:~:text=%C2%AB%20Le%20caf%C3%A9%20de%20Dondon%2C%20les,du%20nouveau%20catalogue%20des%20produits> Consultée le 06/04/2024.
- ✓ Secretaría de Turismo. (01 Janvier 2016). *Programa Pueblos Mágicos*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos#:~:text=Un%20Pueblo%20M%C3%A1gico%20es%20una,oportunidad%20par%20el%20aprovechamiento%20tur%C3%ADstico> Consultée le 01/04/2024.
- ✓ Septembre, A. (3 Octobre 2019). *Agritourisme : un espoir pour la renaissance du tourisme en Haïti*. L-express.ca. <https://l-express.ca/agritourisme-un-espoir-pour-la-renaissance-du-tourisme-en-haiti/> Consultée le 06/04/2024.
- ✓ Stainton, H. (23 Septembre 2023). *Tourism in Haiti-Realities and Rewards*. Tourism Teacher. https://tourismteacher.com/tourism-in-haiti/#google_vignette Consultée le 25/03/2024.
- ✓ The Islands of the Bahamas. (24 Février 2024). *The Bahamas shatters tourism records with over 9.65 million arrivals in 2023*. The Islands of the Bahamas. <https://www.bahamas.com/pressroom/the-bahamas-shatters-tourism-records-with-over-965-million-arrivals-in-2023#:~:text=Surpassing%20all%20previous%20records%2C%20the,to%20the%20previous%202019%20record> . Consultée le: 02/09/2024.
- ✓ Trading Economics. (2024). *Haïti-Taux de chômage*. Trading Economics. <https://fr.tradingeconomics.com/haiti/unemployment-rate> . Consultée le 30/08/2024.
- ✓ Travelweek. (02 Janvier 2024). *Dominican Republic reaches record-breaking 10 million visitors in 2023*. Travelweek. <https://www.travelweek.ca/news/punta-cana-the-dominican-republic-reached-a-significant-milestone-over-the-holidays-its-10-millionth-visitor-of-the->





[_year/#:~:text=Figures%20also%20showed%20that%20the,country%20in%20terms%20of%20post%2D](#) Consultée le 08/04/2024.

- ✓ UN Tourisme. (2022). *Tourisme faire des Affaires*. UNWTO. <https://www.unwto.org/fr/investment/investir-en-republique-dominicaine#:~:text=Pendant%20la%20pand%C3%A9mie%2C%20la%20R%C3%A9publique,atteint%20942%20millions%20d'USD> Consultée le 08/04/2024.
- ✓ UTPL. (23 Avril 2021). *Saraguro y Calvas forman parte de los 22 cantones declarados como Pueblos Mágicos de Ecuador*. UTPL. <https://noticias.utpl.edu.ec/saraguro-y-calvas-forman-parte-de-los-22-cantones-declarados-como-pueblos-magicos-de-ecuador> Consultée le 02/04/2024.
- ✓ VNSO. (04 Juin 2024). *Statistics Update: International Visitors Arrivals*. Vanuatu National Statistics Office. <https://vnso.gov.vu/index.php/en/statistics-by-topic/tourism> Consultée le 12/04/2024
- ✓ Wagner, N. & Engel, W. (2018). *Agritourism routes: shaping sustainability. Agricultural economic services: Macro and resource economics*. Western Cape Government. <https://www.elsenburg.com/wp-content/uploads/2022/03/2018-Agritourism-Routes-for-Sustainability.pdf> Consultée le 06/04/2024.
- ✓ World Travel and Tourism Council. (2022). *Travel and Tourism in the Caribbean, Prospects for Growth*. Caribbean Reports. World Travel and Tourism Council. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/Travel-and-tourism-in-the-caribbean.pdf> Consultée le 25/03/2024.
- ✓ WorldData.info. (Avril 2024). *Tourism in Haiti. Development of the tourism sector in Haiti from 1995 to 2021*. WorldData.info. <https://www.worlddata.info/america/haiti/tourism.php> Consultée le 28-03-2024.

