



# UNIVERSITÉ DE LA RÉUNION

*ÉCOLE DOCTORALE LETTRES ET SCIENCES HUMAINES/*

*DROIT, ÉCONOMIE, GESTION-SCIENCES POLITIQUES [ED 541]*

*LABORATOIRE DE RECHERCHES ET D'ÉTUDES EN GÉOGRAPHIE*

## TOURISME ET DÉVELOPPEMENT DURABLE SUR LE LITTORAL ET LES ÎLES DE LA BAIE DE NHA TRANG (VIETNAM)

Présentée par **Thi My Binh LE**

Thèse dirigée par Pr. Pierre-Marie **DECOUDRAS**

Soutenue le 7 mai 2012

Pour obtenir le grade de Docteur de géographie

Spécialité: Tourisme



Jury :

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>M. François TAGLIONI</b>      | Professeur, Université de la Réunion, Président du jury.             |
| <b>M. Pierre-Marie DECOUDRAS</b> | Professeur émérite, Université de la Réunion,<br>Directeur de thèse. |
| <b>M. Alain MAHARAUX</b>         | Professeur certifié, HDR, Collège Bourbon, Rapporteur.               |
| <b>M. Jean-Yves PUYO</b>         | Professeur, Université de Pau et du Pays de l'Adour,<br>Rapporteur.  |
| <b>Mme Xuan Lan VO SANG</b>      | Professeur, Université de Van Lang, Rapporteur.                      |

*A la mémoire de mon frère*

## REMERCIEMENTS

Au terme de ce travail long mais enrichissant, je tiens tout particulièrement à exprimer ma profonde gratitude à Monsieur Pierre-Marie DECOUDRAS, mon directeur de thèse, pour ses conseils, sa très grande disponibilité, son encouragement et sa patience bienveillante.

Je voudrais exprimer ma profonde reconnaissance Messieurs Alain MAHARAUX, Jean-Yves PUYO, François TAGLIONI et Madame Xuan Lan VO SANG qui m'ont fait l'honneur d'accepter d'être membres du jury et pour leur travail de lecture et d'évaluation de mon doctorat.

Je souhaite également remercier le laboratoire du Centre de Recherches et d'Etudes en Géographie (CREGUR) de l'Université de la Réunion pour leur accueil tout au long de la réalisation de ce travail.

J'adresse aussi mon témoignage de reconnaissance tout particulier à l'Agence Universitaire de la Francophonie (AUF), sans le soutien financier de laquelle la réalisation de cette thèse dans les meilleures conditions n'aurait pas été permise. En particulier, je remercie Monsieur Michel LE GALL, ex-responsable de l'antenne de l'AUF à Hô Chi Minh Ville, Madame BUI Thi Tuong Van ainsi que Madame LE Thi Minh Hong qui ont soutenu et suivi mon dossier.

Je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance aux personnels administratifs, professionnels du tourisme, experts, personnes anonymes que j'ai rencontrés et qui en répondant avec amabilité à mes questionnaires et interviews ont contribué à la réalisation de cette thèse, qu'ils en soient tous remerciés. J'adresse en particulier, un grand merci à Monsieur TRUONG Kinh (Directeur de la Réserve de la baie de Nha Trang), Madame Emmanuelle PEYVEL (IAO, UMR 5062), Madame Bao Chan (Journaliste du journal «Lao Dong»), Madame PHAN Thanh Truc (Vice-directrice du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa), Monsieur HINH Phuoc Lien (Responsable du bureau de compétence culturelle du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa), Madame LE Thi Quynh Giao (Fonctionnaire du bureau de la culture et de l'information auprès le Comité Populaire de la ville de Nha Trang), Monsieur NGUYEN Si Khanh (Responsable permanent du Conseil populaire de Nha Trang), Madame PHAM Thi Mai Khue (Responsable de formation francophone au tourisme de l'Ecole Normale Supérieure de Nha Trang), Madame NGUYEN Thi Thanh Vinh (Cartographe de l'Institut de la planification

agricole), Mademoiselle NGUYEN Thi Huyen (Fonctionnaire du Service des statistiques de Khanh Hoa), Mademoiselle LE Thanh Ngan (Enseignante de l'Université de Nha Trang) et Mademoiselle HUYNH Thi Loan Trinh (Enseignante de l'Ecole Normale Supérieure de Nha Trang).

Je tiens également à témoigner ma profonde amitié à mes amis français Didier DUFRESNE, et en particulier Jean-Yves THIEBAULT, mon grand ami, pour le temps qu'ils ont accordé à la relecture de cette étude pour leurs encouragements et leurs critiques aussi franches que constructives.

Enfin, je pense à Nam, mon mari, pour sa compréhension et sa patience, mes enfants Minh Thảo et Minh Quân, pour lesquels j'ai manqué de disponibilité pendant tout ce travail, ainsi qu'à mes parents qui n'ont jamais cessé de m'encourager à persévérer et aller de l'avant.

## RÉSUMÉ

Le tourisme durable, et les principes qui lui sont généralement associés, devient une préoccupation majeure non seulement au niveau mondial et national mais aussi local comme le montre le cas de Nha Trang, une destination balnéaire centenaire au Vietnam. Considéré comme un des centres touristiques majeurs du pays, Nha Trang connaît aujourd'hui des problèmes de durabilité touristique, en particulier d'un point de vue socioculturel : exode des îliens, manque de personnel compétent dans le tourisme, implication insuffisante des acteurs privés dans les politiques de développement touristique à Nha Trang, surexploitation de la baie de Nha Trang et diminution du nombre de touristes internationaux. Face à ces constatations, la question capitale pour nous est celle-ci : *Peut-on considérer le développement touristique actuel à Nha Trang comme durable sous l'angle d'indicateurs socioculturels ?*. Autrement dit, est-ce qu'il permet de satisfaire les touristes, de préserver les ressources touristiques locales, de faire bénéficier du tourisme l'ensemble de la population locale et de faire participer tous les acteurs au processus de décision.

L'objectif de ce travail est double. Il s'agit tout d'abord d'analyser le tourisme à Nha Trang sous l'angle d'indicateurs socioculturels. A l'issue de ce bilan, des propositions sont soumises afin de concilier deux dynamiques à priori contradictoires : le développement touristique d'une part, et la préservation du patrimoine culturel local, d'autre part. Afin de mener à bien ce travail, 901 questionnaires ont été menés auprès de résidents et de touristes à Nha Trang ainsi que 15 entrevues semi-dirigées auprès des autorités locales. Les résultats de ces enquêtes ont été complétés par une recherche ayant permis de contacter 137 entreprises touristiques à Nha Trang.

Fort de ce travail, les résultats obtenus montrent d'abord que certains principes associés au tourisme durable d'un point de vue socioculturel ne sont pas suffisamment respectés à Nha Trang. Parmi eux, la préservation des ressources touristiques et culturelles est particulièrement préoccupante pour l'avenir. La stabilité des offres d'emplois et la répartition équitable des bénéfices issus de l'activité touristique constituent également un motif d'inquiétude, au même titre que le degré de participation des acteurs privés aux politiques touristiques. Enfin, malgré une relative satisfaction de touristes concernant le personnel travaillant dans le tourisme et la qualité de services offerte, le secteur touristique nécessite davantage de formations.

Afin de rendre le tourisme de Nha Trang plus durable d'un point de vue socioculturel, notre proposition prioritaire réside en la mise en œuvre d'un plan d'aménagement touristique de Nha Trang, en équilibrant entre la terre et la mer, qui permettrait de diversifier les pratiques touristiques, de mettre en tourisme les ressources touristiques en arrière-pays, de faire participer davantage les résidents aux projets touristiques. Cette mise en œuvre est accompagnée par une gouvernance réellement opérationnelle entre résidents, acteurs privés et acteurs publics impliqués dans la sphère touristique. Cette solution viserait à accroître la participation des acteurs privés et à promulguer des politiques touristiques conciliant réellement développement touristique et préservation des ressources.

***Mots-clés :** Tourisme durable, indicateur socioculturel, Nha Trang, Vietnam, gouvernance, participation civile, développement touristique, préservation des ressources, justice socio-spatiale.*

## ABSTRACT

Sustainable tourism, and the principles with which it is generally associated, has become a major concern not only at global and national but also at local levels as in the case of Nha Trang, an age-old sea-swimming destination in Vietnam. Regarded as one of the leading tourist centers of the country, Nha Trang is now facing with problems of tourism sustainability, particularly from a socio-cultural viewpoint: the exodus of islanders, the shortage of competent personnel in tourism, insufficient involvement of private sectors in the policies for tourism development in Nha Trang, overexploitation of Nha Trang Bay and the decrease in the amount of international tourists. With this awareness, the main question for us would be: *Can we consider the actual tourism development in Nha Trang as sustainable from a viewpoint of socio-cultural indicators?* In other words, is it possible to satisfy tourists, preserve local tourist resources, help the local community benefit from tourism and get all the factors to participate in the decision-making process.

This research presents a double objective. First of all, it is important to analyze tourism in from a point of view based on socio-cultural indicators. At the conclusion of this research, proposals are forwarded so as to compromise two apparently contradictory dynamics: tourism development on the one hand and the preservation of local cultural heritage on the other. With an aim at performing this task well, 901 questionnaires have been handed out to the residents and tourists in Nha Trang, as well as 15 interviews that have been carried out with local authorities. The results of these surveys have been obtained through a research allowed to contact 137 tourist enterprises in Nha Trang.

Thanks to this, the results obtained show in the first place that some principles associated to sustainable tourism from a socio-cultural viewpoint are not sufficiently observed in Nha Trang. Among these, the preservation of tourist and cultural resources particularly present lots of concern for the future. All the same, recruitment stability and equitable distribution of benefits arising from tourist operations constitute a basis for worries, similarly to the degree of participation of private sectors in tourism policies. In sum, despite tourists' relative satisfaction concerning the staff now working in tourism and the quality of services offered, the tourism sector demands further training.

In order to make Nha Trang's tourism more sustainable from a socio-cultural viewpoint, our prerequisite proposal is to put into operation a plan of renovating Nha Trang's tourism, by bringing about a well-balanced relationship between the land and the sea, which will

hopefully pave the way for diversifying tourist practices, making advantage of inland tourist resources in tourism, assisting the residents to participate further in tourism projects. This performance is accompanied with an operational governance among residents, private factors and public figures involved in the tourism sphere. This solution would aim at increasing the participation of the private sector and promulgating tourism policies, virtually compromising tourism development and preservation of resources.

**Key words:** *Sustainable tourism, socio-cultural indicator, Nha Trang, Vietnam, governance, participation of residents, tourism development, preservation of resources, socio-spatial justice.*



## **LISTE DES ABRÉVIATIONS**

AFIT : Agence Française de l'Ingénierie Touristique

AFOM : Atouts, Faiblesses, Opportunités et Menaces

ANTV : Administration Nationale du Tourisme du Vietnam

ASEAN : Association des Nations de l'Asie du Sud-Est

BCI : Bureau de la Culture et de l'Information

BSPS : Business Sector Program Support

CAP : Connaissances, Attitudes et Pratiques

CMED : Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement durable

HCMV : Ho Chi Minh ville

MCST : Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme

OMT : Organisation mondiale du tourisme

PCV : Parti Communiste du Vietnam

PME : Petites et moyennes entreprises

PNB : Produit National Brut

QCM : Questions à Choix Multiples

SCST : Service de la Culture, des Sports et du Tourisme

VND : Viet Nam Dong

OMC : Organisation Mondiale du Commerce

CDT : Comité Départemental du Tourisme

OT : Office du Tourisme

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE .....</b>	<b>11</b>
<b>PARTIE 1 NHA TRANG - UNE STATION BALNÉAIRE CENTENAIRE DU VIETNAM .....</b>	<b>38</b>
<b>Chapitre 1 : De la station balnéaire indochinoise à la réappropriation vietnamienne.....</b>	<b>40</b>
<b>Chapitre 2 : Les produits touristiques à Nha Trang.....</b>	<b>49</b>
<b>PARTIE 2 :REGARD CROISÉ DES POPULATIONS LOCALES ET DES TOURISTES SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE À NHA TRANG .....</b>	<b>92</b>
<b>Chapitre 3 : Une population locale face au tourisme.....</b>	<b>95</b>
<b>Chapitre 4 : Un touriste toujours plus exigeant.....</b>	<b>121</b>
<b>PARTIE 3 : GOUVERNANCE ET PERSPECTIVES POUR UN TOURISME SOCIOCULTUREL DURABLE A NHA TRANG.....</b>	<b>157</b>
<b>Chapitre 5 : Gouvernances touristiques inefficaces .....</b>	<b>160</b>
<b>Chapitre 6 : Propositions pour un tourisme socioculturel durable.....</b>	<b>223</b>
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE .....</b>	<b>250</b>
<b>RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....</b>	<b>259</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>278</b>
<b>TABLES .....</b>	<b>310</b>
<b>Tables des graphiques .....</b>	<b>311</b>
<b>Tables des photographies .....</b>	<b>313</b>
<b>Table des cartes .....</b>	<b>315</b>
<b>Table des tableaux .....</b>	<b>316</b>
<b>Table des schémas et de l'organisation .....</b>	<b>317</b>
<b>Table des matières .....</b>	<b>318</b>

**INTRODUCTION GÉNÉRALE**

## *Introduction Générale*

Depuis quelques années, l'organisation mondiale du tourisme (OMT) travaille à une nouvelle façon de mesurer le poids économique réel du tourisme. Il s'agit du compte satellite du tourisme. Activité transversale, l'activité touristique concerne de nombreux secteurs économiques comme voyages, loisirs, hébergements, restauration mais aussi bâtiment, travaux publics, activités sportives, culture, etc. Par agrégation, il permet alors de préciser la réelle contribution du tourisme au Produit Intérieur Brut (Moinet, 2006). Dans ce contexte, il n'est pas surprenant de remarquer que la plupart des gouvernements considèrent désormais le tourisme comme une activité économique importante (Dewailly, J.-M. et Flament, E. 1993 ; Duffy, 2002 dans Tardif, 2005). Le Vietnam a réalisé cette prise de conscience (Pham, 2002 ; Nguyen, 2006 ; Vo, 2008) et doit s'interroger à présent sur les conditions de son développement touristique. Dans ce contexte, le site de Nha Trang est idéal, par son ancienneté et sa situation, pour une étude sur l'impact actuel du tourisme et la mise en place des conditions de la durabilité.

Le tourisme produit des impacts majeurs sur l'environnement naturel et bâti, ainsi que sur le bien-être et la culture des populations d'accueil (OMT, 2005). Avec l'émergence de nouvelles préoccupations sociales et environnementales, le développement touristique est de plus en plus confronté à la question de sa compatibilité avec le développement humain des populations locales et la protection de l'environnement (McCool, 1995 dans Tardif, 2005). Ces préoccupations, associées à l'émergence de la notion de développement durable, ont donné naissance au concept de tourisme durable (OMT, 1997 ; Tardif, 2006).

Au Vietnam, à notre connaissance, les premières recherches sur le tourisme durable n'ont été réalisées qu'à partir de l'an 2000 (Nguyen, 2001 ; Pham, 2002). Depuis, d'autres études ayant les mêmes préoccupations les complètent (Nguyen, 2006 ; Vo, 2008, Nguyen, 2007, Tran, 2009), chacune avec des objectifs différents. Cependant, nous constatons qu'elles se limitent à donner un aperçu général sur le tourisme au Vietnam au regard du tourisme durable, à travailler sur l'écotourisme, à mettre en valeur le patrimoine culturel bâti, à évaluer la capacité de charge de certains sites. Nous constatons qu'aucune recherche n'aborde de façon approfondie la question du développement touristique durable à Nha Trang, ce qui motive ce travail de thèse.

## **Tourisme durable, quelques concepts de base**

### **Le développement durable, pour concilier progrès et préservation**

Le développement durable relève d'une vision globale du développement, reposant sur la relation entre développement et conservation (Lequin, 2001). Les théories du développement durable apparaissent dans les années 1980 (Pham, 2002) et sont officialisées dans le rapport Brundtland de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement, en 1987. Il met l'accent sur la nécessité de protéger la diversité des gènes, des espèces et de l'ensemble des écosystèmes naturels terrestres ainsi qu'aquatiques, et ce, notamment, par des mesures de protection de la qualité de l'environnement, par la restauration, l'aménagement et le maintien des habitats essentiels aux espèces, ainsi que par une gestion durable de l'utilisation des populations animales et végétales exploitées.

La Commission mondiale sur l'environnement et le développement durable (CMED, 1987 dans Lequin, 2001 p. 31) définit le développement durable comme suit :

«Le développement soutenable<sup>1</sup> est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs (...). Le développement soutenable est un processus de transformation dans lequel l'exploitation des ressources, la direction des investissements, l'orientation des techniques et les changements institutionnels se font de manière harmonieuse et renforcent le potentiel présent et à venir permettant de mieux répondre aux besoins et aspirations de l'humanité».

Depuis la parution en 1987, le concept a évolué, notamment avec l'Agenda 21, le plan d'action construit par la Conférence des Nations Unies lié à l'environnement et le développement (Rio, 1992) ainsi que le plan d'action du Sommet mondial pour le développement durable (Johannesburg, 2002). Le développement durable a pour objectif de définir des schémas viables qui concilient «trois piliers» (OMT, 2006) à prendre en compte par les collectivités, les entreprises ainsi que les individus en vue de trouver un équilibre cohérent et viable à long terme entre ces trois enjeux. :

---

<sup>1</sup> Soutenable est parfois utilisé comme synonyme de durable. Toutefois, durable est généralement préféré à soutenable qui est un anglicisme issu de sustainable.

## ***Introduction Générale***

- La viabilité économique. Il s'agit de générer la prospérité à différents niveaux de la société et de se soucier de la rentabilité de toutes les activités économiques. Le plus important est la viabilité des entreprises et des activités ainsi que leur capacité de se maintenir à long terme.
- La viabilité sociale, ce qui signifie respecter les droits de l'homme et l'égalité des chances pour tous dans la société en passant par une répartition équitable des bénéfices, avec pour priorité la lutte contre la pauvreté. L'accent est mis sur les résidents locaux, le maintien et le renforcement de leurs systèmes de subsistance, la reconnaissance et le respect des différences culturelles.
- La viabilité environnementale. C'est-à-dire conserver et gérer les ressources, en particulier celles qui ne sont pas renouvelables ou qui sont précieuses pour la survie de l'homme en réduisant la pollution de l'air, du sol et de l'eau et en conservant la diversité biologique et le patrimoine naturel.

À ces trois piliers s'ajoute un enjeu transversal, indispensable à la définition et à la mise en œuvre de politiques et d'actions relatives au développement durable : la gouvernance (Lequin, 2001). Cette dernière consiste en la participation de tous les acteurs : citoyens, entreprises, associations, élus, etc. au processus de décision.

### **Tourisme durable, un prolongement du développement durable**

En 1992, lors de la conférence mondiale liée au développement durable à Rio, le tourisme eut droit, pour la première fois, à une mention spécifique. À partir de cette date, très rapidement, de nombreuses réflexions et propositions ont concerné le tourisme durable (Lozato-Giotart, J. – P. et Balfet, M., 2007).

Cet intérêt pour l'évolution vers un tourisme durable s'explique d'abord par l'impact économique considérable de cette «industrie» dans de nombreux pays, et notamment parmi les pays émergents. Il tient aussi aux caractéristiques particulières du tourisme, dont l'impact n'est pas le même que celui d'autres activités économiques. Par rapport à n'importe quel autre type de consommation, le tourisme est unique : le consommateur se trouve dans le produit. Il a donc un impact sur ce qu'il consomme, au risque de le détruire. Cette relation particulière, cette interaction, crée deux forces : d'une part, elle crée les conditions d'une sensibilisation aux questions d'environnement et d'éthique ; d'autre part, elle rend le maintien ou le développement de l'activité dépendante de la préservation du site et des habitants avec leur

## *Introduction Générale*

identité culturelle. « Ce lien étroit et direct crée une situation fragile où le tourisme peut avoir des effets à la fois désastreux et très positifs sur le développement durable » (Lequin, 2001, p.10).

Il existe une certaine confusion concernant le fait que le tourisme durable soit une forme particulière de tourisme attirant un marché étroit, sensible aux impacts environnementaux et sociaux, pour lequel il existe des types particuliers de produits et d'opérateurs et qui se place en opposition au tourisme de masse. C'est là une méprise dangereuse : l'expression tourisme durable, qui désigne un tourisme basé sur les principes du développement durable, fait référence à un objectif fondamental : rendre toutes les formes de tourisme plus durables (OMT, 2006). Il vise l'ensemble de l'industrie touristique, traite aussi bien des espaces naturels que des régions rurales ou urbaines, intègre la notion de patrimoine culturel et architectural, et préconise une modification des comportements adaptés aux pays visités (OMT, 2006).

En se basant sur les principes du développement durable et en l'appliquant à toutes les formes de tourisme, nous faisons référence à la définition du tourisme durable de l'OMT (2005, p.5), puisqu'elle inclut implicitement la notion du tourisme durable nécessaire à notre recherche. En termes simples, le tourisme durable peut être défini comme suit :

«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»

A la lumière de cette définition, on peut préciser ainsi que suit divers principes sous-jacents du développement d'un tourisme durable (OMT, 1999 et OMT, 2005) :

- Les ressources touristiques (naturelles, culturelles, historiques, etc.) sont conservées de manière qu'on puisse continuer d'en tirer parti dans l'avenir, tout en profitant à la société actuelle.
- La planification et la gestion du développement touristiques se font de telle manière qu'il n'en résulte pas de problèmes écologiques ou socioculturels graves dans la région concernée.
- Le niveau de satisfaction des touristes doit être maintenu de sorte que les destinations conservent leur attrait et leur potentiel commercial.

## ***Introduction Générale***

- Le tourisme doit largement profiter à tous les membres de la société (emplois stables, possibilités de bénéfices, services sociaux pour les communautés, réduction de la pauvreté, etc.).
- La qualité générale de l'environnement de la région touristique est préservée et, au besoin, améliorée.

Bien que ces principes ci-dessus fassent référence à ceux du développement durable, la recherche et les interventions en matière de tourisme durable se sont en partie émancipées du concept de développement durable, pour déboucher sur deux approches distinctes. Plus précisément, en parlant du tourisme durable, il existe deux façons de voir la chose (Tardif, 2006) soit on cherche la durabilité, la pérennité de l'industrie touristique (approche réductrice), soit le tourisme est vu comme un outil permettant d'atteindre les objectifs du développement durable (approche holiste).

## **Espace étudié**

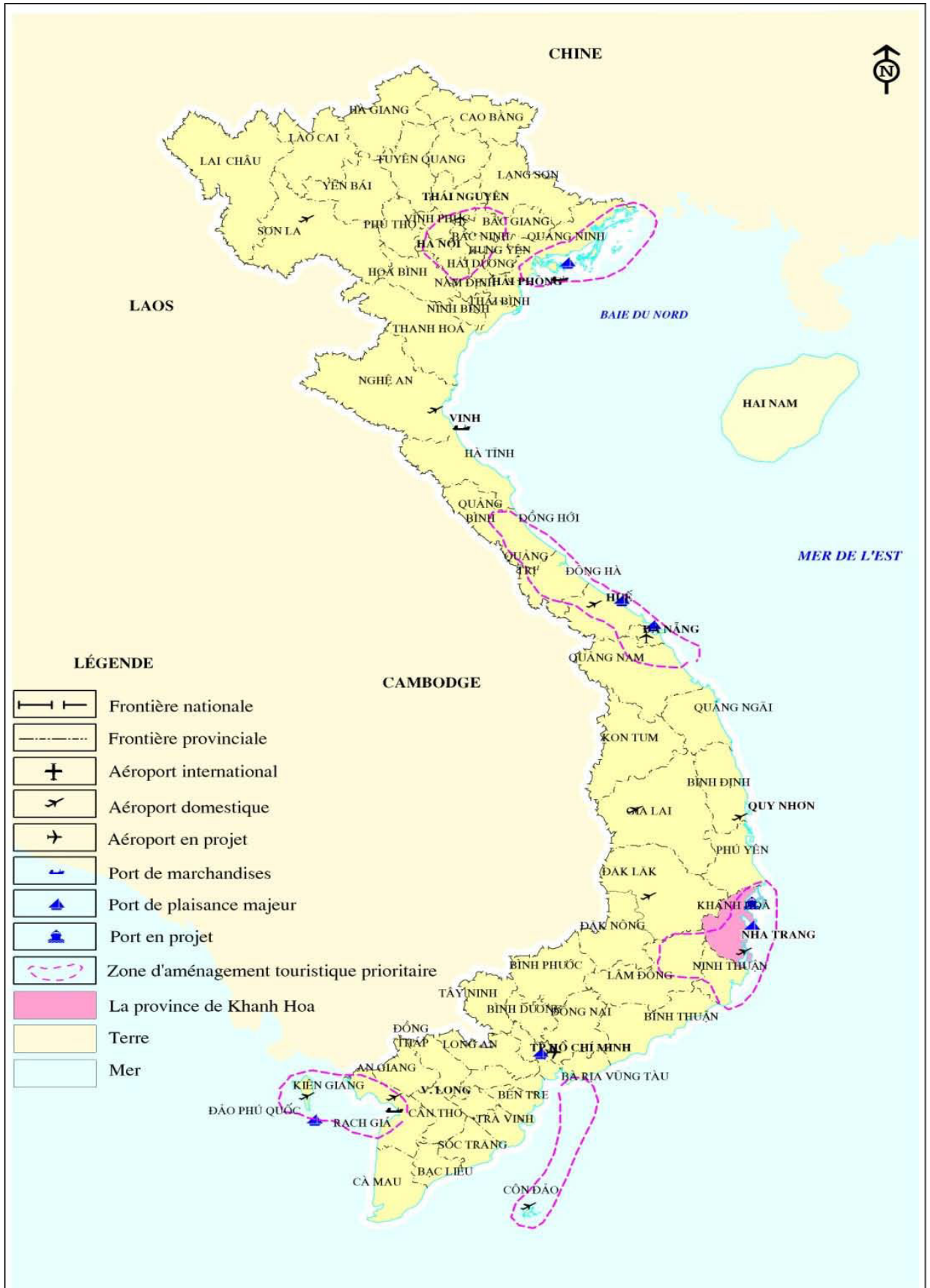
Province côtière au sud du Centre Vietnam, située à 448 km au nord-est de Ho-Chi-Minh-Ville et 1278 km au sud de Hanoi, la province de Khanh Hoa est entourée, au Nord par la province de Phu Yen, à l'Ouest par les provinces de Lam Dong et de Dac Lac, et par la province de Ninh Thuan au Sud. Elle se situe de 12°8'33' à 12°25'18' de latitude Nord et de 109°7'16' à 109°14'33' de longitude Ouest. Sa superficie est de 5 197 km<sup>2</sup>.

Bordée par 200 km de côtes, elle s'étend sur 4626 km<sup>2</sup> de superficie terrestre et 600 km<sup>2</sup> répartis sur 50 îles et archipels. Le relief de la province descend de l'Ouest vers l'Est, des régions montagneuses (le versant est de la chaîne de Truong Son avec des pics à 2051 m pour le mont Chumu) et des collines aux plaines et régions côtières. Les régions limitrophes sont caractérisées par de petites chaînes montagneuses et des collines entrecoupées de plateaux et de vallées. En certains endroits, la plaine côtière est interrompue par des montagnes qui viennent s'étirer jusqu'à la mer. Face à ses atouts géographiques, la province de Khanh Hoa fait partie de zones touristiques prioritaires du Vietnam (Comité Populaire de Khanh Hoa, 2007) comme le montre la carte 1 suivante.



## Introduction Générale

Carte 1. Position et rôle de la province de Khanh Hoa dans le réseau des centres touristiques du pays.



Source : Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa en 2007

ECHELLE : 1/500.000

Modification et traduction de LE Thi My Binh en 2011  
Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

## *Introduction Générale*

Sa préfecture, Nha Trang, d'un petit village de pêcheurs au XIXe siècle s'est transformée en ville de première catégorie, avec environ 393 533 habitants s'étalant sur 252,9 km<sup>2</sup>, inégalement répartis sur 27 quartiers et communes. 75% de la population vivent dans les 19 quartiers urbains du centre ville, comme Van Thang, Tan Lap, Van Thanh, Phuong Sai, Phuoc Tan, Phuoc Tien, etc. ; 25% des résidents se trouvent dans les communes rurales telles que Vinh Luong, Vinh Phuong, Vinh Ngoc, Vinh Thanh, etc. (Cf. annexe 1).

Nha Trang borde l'estuaire d'un fleuve, la rivière Cai où s'abrite un important port de pêche. Les montagnes la cernent au Nord, à l'Ouest, au Sud, tandis que la mer la baigne à l'Est. La ville donne également son nom à la vaste baie qui s'ouvre sur «la mer de l'Est». La baie de Nha Trang, improprement appelée ainsi, car c'est plutôt «un bras de mer qu'une baie, est encadrée de montagnes qui passent pour les plus élevées de l'Annam» (Les grands dossiers de l'illustration, 1987, p.91). Elle comporte 19 îles dont la plus vaste, Hon Tre, d'une superficie de 36 km<sup>2</sup>, s'allonge au large et constitue une protection contre vents et vagues. La position centrale de la ville de Nha Trang dans cette baie et au cœur de la province de Khánh Hòa constitue l'atout primordial de son développement touristique (Institut de l'architecture, de la planification urbaine et rurale, 2008). Lors du 2e congrès du Club des plus Belles Baies du Monde qui s'est déroulé du 1<sup>er</sup> au 8 juin 2003 à Tadoussac (Québec – Canada), la baie de Nha Trang est devenue le 29e membre du Club. La carte n° 2 présentant Nha Trang dans ses frontières administratives actuelles constitue le cadre de notre étude.



## **Introduction Générale**

Le climat est toujours une des clés du tourisme. «De nos séjours, soleil et chaleur sont généralement recherchés conjointement, ce qui ne va pas forcément de pair» (Dewailly, J.M. et Flament, E., 1993, p.91). À Nha Trang, les moussons tropicales sont atténuées par la présence des montagnes, des îles et l'influence maritime. L'ensoleillement est très présent tout au long de l'année. Une saison sèche d'une durée de 9 à 10 mois alterne avec une saison des pluies de 2 à 3 mois qui s'étale entre octobre et décembre. La pluie très intense en octobre et novembre représente 50% du volume annuel des précipitations. L'ensoleillement règne sur le restant de l'année avec une moyenne de 2600 heures. La température s'établit autour d'une moyenne de 27°C (en été 28,5°C, en hiver 24°C). Elle ne descend pas en dessous de 15°C en période la plus froide, et ne monte pas au-dessus de 36°C par saison chaude. Avec ses avantages climatiques, Nha Trang peut recevoir des touristes toute l'année.

Depuis plusieurs années, l'indice du produit national brut (PNB) de développement économique à Nha Trang atteint entre 13 et 14% par an. Dans la répartition économique par secteur d'activités, le tourisme – service - commerce vient en tête, puis l'industrie - bâtiment, enfin l'agriculture – sylviculture – pêche comme le montre le tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1. Revenus générés par les différents domaines économiques à Nha Trang entre 2001 et 2009.

<b>DOMAINES ECONOMIQUES</b>	<b>2001-2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Service-tourisme, commerce</b>	56.4 %	59.25 %	61.02 %	62.11 %	62.4 %
<b>Industrie, bâtiments</b>	27.7 %	28.1%	28.15 %	28.65 %	28.4 %
<b>Agriculture, pêche, sylviculture</b>	15.8 %	13.65 %	10.83 %	9.14 %	9.2 %

Source : Bureau économique (Comité Populaire de la ville de Nha Trang, 2009)<sup>2</sup>

En regardant ce tableau, nous remarquons que depuis 10 ans, la ligne service, tourisme et commerce se situe toujours au premier rang. Et ce pourcentage devient de plus en plus important. En effet, ayant un site naturel exceptionnel et un patrimoine culturel remarquable, la ville de Nha Trang témoigne d'une longue tradition touristique à laquelle elle doit son développement. À partir des années 1920, la ville est devenue un site privilégié de repos et de

<sup>2</sup> Source : Rapport numéroté 451/KT le 7 octobre 2009 concernant l'évaluation de développement de l'industrie, du service-tourisme, de l'agriculture, de la pêche et de la sylviculture pendant 5 ans (2006-2010) et perspectives dans les années 2011-2015.

## *Introduction Générale*

villégiature pour les Européens d'Indochine. De nombreux hôtels, villas ainsi que toute l'urbanisation nécessaire aux familles en vacances s'y sont implantés.

Ces dernières années, la ville de Nha Trang et sa baie constituent une destination touristique et de villégiature au Vietnam. Jouissant d'une très forte notoriété, le site s'est imposé dans l'industrie touristique comme étant une destination par excellence pour les excursions en mer, les activités nautiques et culturelles comme les visites des temples Cham de Po NaGar, de la pagode Long Son, de l'Institut Océanographique, du Musée Yersin, des villas de l'empereur Bao Dai, etc. Parmi les produits touristiques locaux, la plongée sous-marine et les excursions dans les îles sont les principales activités pratiquées par les visiteurs en séjour à Nha Trang et l'expérience majeure qui leur est offerte.

Ces atouts patrimoniaux naturels et culturels favorisent la vitalité et la puissance économique et politique de Khanh Hoa en général et la ville de Nha Trang en particulier. En regardant les résultats chiffrés au tableau 2 ci-dessous, nous remarquons que le tourisme ne contribue pas seulement à l'économie de Nha Trang mais aussi à celle de toute la province de Khanh Hoa. Nha Trang représente 90% du chiffre d'affaire du secteur touristique, ainsi que du nombre de touristes se rendant à Khanh Hoa.

Tableau 2. Comparaison des chiffres d'affaires et du nombre de touristes entre Nha Trang et Khanh Hoa de 2005 à 2009.

		2005	2006	2007	2008	2009
<b>Chiffres d'affaires</b> <b>(Unité : milliard dongs)</b>	Nha Trang	610,9	678,5	975,4	1.282	1.561
	Khanh Hoa	643, 14	833, 4	1.027	1.357,34	1.562, 6
<b>Nombre de touristes</b>	Nha Trang	856.000	1.086.000	1.363.000	1.430.000	1.532.000
	Khanh Hoa	902.468	1.088.148	1.363.542	1.597.198	1.600.000

Source : - Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa (2010)  
- Bureau des statistiques du Comité Populaire de la ville de Nha Trang (2010)

Ce développement touristique destine la ville de Nha Trang à devenir un centre de première importance également dans les domaines politique, culturel, de l'éducation et de la formation, de la recherche scientifique, centre dont le rayonnement est amené à dépasser les limites de la province. Avec les autres sites touristiques majeurs comme Ha Noi, la baie d'Ha Long, Hué et Ho Chi Minh Ville, Nha Trang est aujourd'hui une des locomotives touristiques du pays (Peyvel, 2009). Le tourisme sera un des axes de développement privilégié de Nha Trang et de Khanh Hoa dans les années à venir (Le, 2005).

## ***Introduction Générale***

Pourtant, suite au développement touristique actuel de Nha Trang, nous faisons le constat de certains problèmes qui touchent à la durabilité du tourisme. Il s'agit de :

- Un exode des îliens. En effet, plus de 200 familles insulaires ont subi une transplantation en ville pour permettre l'aménagement d'une infrastructure touristique. Ce déménagement a complètement bouleversé leur vie : perte d'emploi, pas de place au port pour leurs bateaux...
- Manque de personnel compétent pour travailler dans les entreprises touristiques malgré la présence de plusieurs établissements aux niveaux différents (bac+2, Bac+3 et bac+5) qui proposent des formations liées au tourisme à Nha Trang.
- Implication insuffisante des entreprises touristiques et les populations locales dans les politiques de développement touristique à Nha Trang. La plupart des entreprises sont des PME, financées et gérées par les investisseurs locaux. Leurs propres difficultés internes et la situation de concurrence intense entre ces commerces ne les prédispose pas à coopérer autour de projets communs ou à se mettre d'accord sur des règles collectives. Quant aux populations locales, elles sont tenues à l'écart des décisions.
- Surexploitation de la baie de Nha Trang (aquaculture, pêche en zone interdite, excès des activités nautiques, rejet des déchets et des eaux usées directement dans la baie, îles bétonnées par de grands hôtels et des parcs de loisirs, remblais gagnés sur la mer, etc.). Évidemment, ces exploitations, combinées à une urbanisation rapide, génèrent des effets catastrophiques sur l'environnement, sur l'équilibre écologique de la région ainsi que sur la vie de la population locale (surtout celle des îliens).
- Diminution des touristes internationaux et augmentation légère des touristes domestiques par rapport aux autres provinces balnéaires voisines comme Binh Thuan, Ninh Thuan et Phu Yen. Plus précisément, en 2009, nous constatons une baisse de 15.585 passagers en comparant par rapport au nombre de touristes internationaux en 2008 (Cf. graphique 20).

## **Problématique**

Face à deux façons de voir le tourisme durable comme nous venons de le mentionner, le tourisme dans la baie de Nha Trang est principalement évalué comme une activité économique. Cela semble une approche plutôt réductrice. Il s'agit de chercher la durabilité du

## ***Introduction Générale***

tourisme. Revenant à la situation actuelle du tourisme à Nha Trang, la question capitale pour nous est celle-ci : ***Peut-on considérer le développement touristique actuel à Nha Trang comme durable sous l'angle d'indicateurs socioculturels ?***. Autrement dit, est-ce qu'il permet de répondre aux demandes des touristes, de préserver les ressources touristiques locales, de faire bénéficier du tourisme l'ensemble de la population locale et de faire participer tous les acteurs au processus de décision.

Ce constat conduit donc aux questionnements suivants :

- Quels sont les produits touristiques proposés ? Est-ce qu'ils sont typiques et diversifiés ?.
- Est-ce que les touristes sont satisfaits de leurs vacances (comportement du personnel dans le tourisme, compétences professionnelles, qualité de services offerts par les établissements touristiques, etc.) ?.
- Quels sont les impacts du développement touristique sur les populations locales ?.
- Comment les résidents évaluent le développement touristique à Nha Trang ?.
- Quels sont les rôles des acteurs touristiques, publics et privés dans le développement touristique local ?.
- Quelles sont les politiques du développement touristique (plan d'aménagement touristique, promotion touristique, formations de ressources humaines, préservation des ressources touristiques culturelles)?.

## **Choix des indicateurs du tourisme durable**

Céron, J.-P. et Dubois, G. (2000, p.31) décrit simplement un indicateur comme «une variable qui peut prendre un certain nombre de valeurs (statistiques) ou d'états (qualitatifs) selon des circonstances (temporelles, spatiales par exemple dans les domaines qui nous occupent». Les valeurs ou les états des indicateurs peuvent quelquefois directement être mesurés ou observés ; dans la majorité des cas, ils résultent d'une analyse et d'un traitement de données de base. Dans le domaine du tourisme durable, un grand nombre d'organismes et de chercheurs ont élaboré les indicateurs potentiels de la destination étudiée (Céron, J-P et Dubois, G. 2000, Policarpo, 2001, OMT, 2004).

## *Introduction Générale*

Les indicateurs du tourisme durable existent. De manière générale, ils sont validés par l'OMT et les organisations internationales comme un objectif à atteindre, et selon les pays ils sont plus ou moins bien remplis, appliqués ou mesurables. Au Vietnam, bien que le concept «tourisme durable» soit sur bien des lèvres, il n'existe pas encore, à notre connaissance, d'indicateurs propres à notre pays. Récemment, une équipe de chercheurs a mise en place les indicateurs proposés par OMT (2004) pour évaluer le tourisme à l'île de Phu Quoc (Vietnam) (Université de Sciences sociales et humaines de Ho Chi Minh Ville, 2008). Pourtant, on ne peut pas mesurer certains indicateurs au niveau local, dû à la faiblesse et au manque de fiabilité des informations statistiques souvent soulignées au Vietnam.

Concernant le choix de nos indicateurs, nous rappelons deux principes de base. Le premier est qu'il n'existe pas d'indicateurs parfaits. «Quel que soit le destinataire, les meilleurs indicateurs sont ceux qui répondent aux risques et soucis majeurs concernant la viabilité du tourisme, et ceux qui apportent des informations susceptibles de clarifier les problèmes et d'évaluer les solutions» (OMT, 2004, p.8). Le deuxième est « qu'à tout concept peuvent correspondre un grand nombre d'indicateurs » (Durand et Blais, 1997 dans Tardif, 2005, p. 57). En effet, la recherche des indicateurs du tourisme durable est confrontée à deux problèmes conceptuels : d'une part, si l'accent est mis sur le caractère universel des indicateurs, on risque de réduire l'approche de la durabilité du tourisme à un dénominateur commun à toute sorte de pratiques et de typologies, que l'on retrouve partout, ce qui ne permet pas de saisir les spécificités des pratiques touristiques locales ; d'autre part, il y a le risque réel de tomber dans une approche territoriale trop restrictive de l'étendue du développement du tourisme, aussi bien en termes de largeur, qu'en termes de profondeur (Policarpo, 2001).

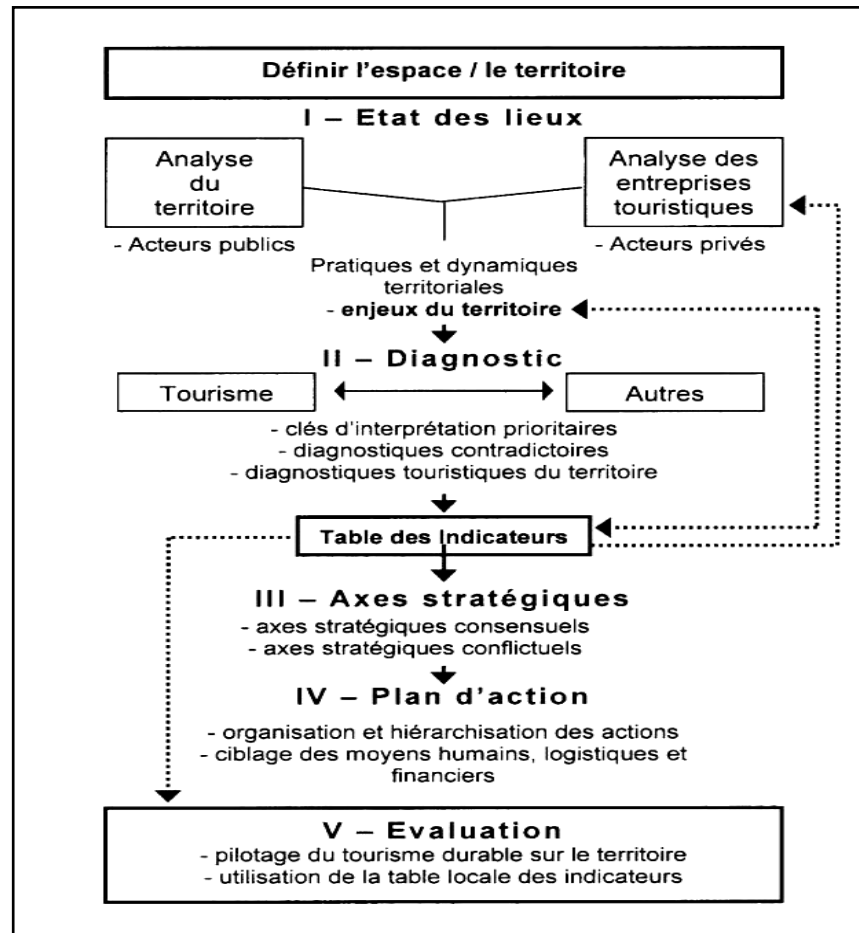
Après avoir étudié l'ensemble des démarches pour choisir des indicateurs, nous avons fait référence principalement à la méthode de travail qui aboutit aux choix des indicateurs initiés par l'Agence Française de l'Ingénierie Touristique (AFIT, 2001 dans Policarpo, 2001, p. 45). Il s'agit d'un guide permettant aux Territoires et à leurs entreprises touristiques de se situer dans une optique de développement durable et de progresser dans cette direction. Nous le trouvons intéressant, car l'AFIT a choisi de développer une méthode de travail faisant appel à une démarche participative entre les acteurs locaux (publics et privés), ce qui n'est pas toujours le cas au Vietnam.



## Introduction Générale

Cette méthode comporte quatre phases : l'état des lieux, le diagnostic, la définition des axes stratégiques et le plan d'action. Schématisée de la façon suivante, elle est appliquée pour trouver nos indicateurs :

Tableau 3. Modèle de conception des indicateurs de l'AFIT.



Source : Policarpo (2001)

Le tableau ci-dessus peut se comprendre de façon suivante :

L'état des lieux consiste à faire une analyse de la réalité locale en se basant sur des ressources documentaires et sur des rencontres avec les différents acteurs locaux. Son objectif est de repérer la diversité des acteurs publics et privés, leurs pratiques et les dynamiques territoriales qui permettent d'évaluer les orientations et les actions existantes.

Le diagnostic est la deuxième phase dont l'objectif est d'interpréter les signes et les tendances observées lors de l'étape précédente afin d'identifier les champs de progrès exploitables. Cette phase s'appuie sur une technique de marketing opérationnel bien connue : l'analyse de l'AFOM, c'est-à-dire un tableau qui identifie les atouts, les faiblesses, les

## *Introduction Générale*

opportunités et les menaces sur un territoire donné, tenant compte des entreprises qui possèdent des ressources matérielles et humaines disponibles pour le développement de leurs activités professionnelles. Le diagnostic est centré sur le tourisme, tout en intégrant l'ensemble des interrelations avec les autres secteurs. Cet établissement des réseaux de relations va dans le sens d'une lecture intégrée du tourisme sur un territoire.

La troisième phase est celle des axes stratégiques qui tend à projeter, sur une durée de trois à cinq ans, des orientations suffisamment stables, en définissant les axes stratégiques pour le territoire et les hiérarchisant collectivement. Afin d'atteindre ce but, il faut que le groupe d'animation local synthétise l'ensemble des débats antérieurs : sur la durabilité des types de pratiques touristiques, exercées sur le territoire, sur l'impact de ces pratiques ainsi que sur les principaux enjeux territoriaux. La proposition des axes stratégiques doit se faire sur l'ensemble des éléments validés dans la phase de diagnostic précédente. Elle doit aussi hiérarchiser les axes stratégiques et les valider dans une logique temporelle.

La quatrième phase consiste à organiser et hiérarchiser dans le temps les actions qui correspondent aux principaux objectifs de développement, identifiés lors du plan stratégique. La dernière phase n'est pas vraiment considérée comme une étape de la méthode. Elle permet de piloter le modèle. C'est l'aboutissement d'une succession de phases. Dans ce cas précis, il s'agit du pilotage du tourisme durable sur un territoire. A ce niveau, l'intervention ne se fait qu'en cas de besoin, pour l'orienter et prendre des décisions, en utilisant l'outil qu'est la table locale des indicateurs du tourisme durable.

Il importe de constater que ce modèle privilégie la participation des acteurs locaux en créant un espace pour qu'ils puissent exprimer leurs idées et pour développer des indicateurs nouveaux. Dans ce modèle, les indicateurs ne sont pas une fin en soi, mais ils se trouvent au centre d'un ensemble d'étapes, dont l'objectif est de conduire un pilotage du développement durable du tourisme. Les indicateurs sont le résultat d'un débat et d'une évaluation des options stratégiques pour le tourisme au niveau local. Tout au long de ce processus, c'est à cette dimension locale que l'on revient à chaque occasion, afin de valider collectivement les options produites par le modèle. La table des indicateurs est aussi reliée à la définition des enjeux du territoire, dans la mesure où elle permet d'apprécier les impacts des pratiques touristiques sur les enjeux du territoire. Elle est également liée à l'état des lieux et plus spécifiquement à l'analyse des entreprises touristiques, car les indicateurs permettent d'identifier les types de pratiques touristiques et leur durabilité. Enfin, la table des indicateurs

## *Introduction Générale*

est liée à l'évaluation parce qu'elle est essentielle pour assurer le pilotage du développement durable du tourisme, en mesurant les impacts et leurs variations.

Construit sur une base de réflexion liée à la réalité française, la capacité d'adaptation de la méthodologie de l'AFIT à des contextes culturels différents méritera probablement quelques ajustements (Policarpo, 2001). Nous gardons à l'esprit qu'il n'existe pas de bons indicateurs en soit, mais plutôt des indicateurs appropriés à un contexte particulier. Le choix d'un indicateur dépend de ce que l'on veut mesurer. Autrement dit, les particularités de la destination et leur importance relative pour les touristes déterminent les indicateurs pertinents pour la prise de décisions par les gestionnaires du tourisme (OMT, 1997). Après avoir passé toutes ces phases (entretiens individuels, questionnaires, quatre séances de travail en commun avec des autorités locales, des entreprises touristiques et des associations en 5 mois du septembre 2009 au février 2010), nous avons décidé de choisir des indicateurs indiqués dans le tableau 4 suivant. Notre choix s'explique par le fait que, se rapportant aux actualités touristiques identifiés comme prioritaires à Nha Trang pendant nos séances de travail, ces indicateurs sont attachés aux principes du tourisme durable (ressources touristiques locales conservées, satisfaction des touristes maintenue, bénéfices dûs au tourisme partagés à tous les membres de la société, participation des acteurs au processus de décision, etc.) et répondent mieux à nos objectifs de recherche qui insistent sur l'aspect socioculturel du tourisme durable.

Tableau 4. Liste des indicateurs à évaluer appliquée à notre travail.

<b>TITRES</b>	<b>INDICATEURS</b>
<b>Valorisation des ressources locales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Valorisation de pratiques touristiques locales.</li><li>- Valorisation des ressources humaines du tourisme.</li></ul>
<b>Cadre de vie et service</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Qualité de l'accueil et des services touristiques.</li><li>- Insécurité en lien avec le tourisme.</li></ul>
<b>Satisfaction de la population locale</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perception des impacts socio-culturels causés par le tourisme.</li><li>- Taux de satisfaction de la population locale face au développement touristique.</li><li>- Taux de résidents visitant des sites touristiques.</li></ul>
<b>Gestion du patrimoine bâti et de l'espace</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Protection et mise en valeur du patrimoine bâti monumental.</li><li>- Aménagement de l'espace entre tourisme et autres activités économiques.</li></ul>
<b>Démocratie locale, maîtrise des centres de décision</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Participation des acteurs publics et privés dans la gestion du tourisme.</li></ul>

Source : LE Thi My Binh (2011), adaptée des travaux de Ceron, J.-P. et Dubois, G. (2000) et OMT (2004).

## ***Introduction Générale***

Partant de l'idée «le nombre d'indicateurs dépendra du volume de la destination, du nombre de questions cruciales, de l'intérêt de l'équipe d'utilisateurs, des informations et ressources disponibles permettant de suivre l'évolution des indicateurs et d'en rendre compte» (OMT, 2004, p.42)<sup>3</sup>, nos indicateurs ne seront pas séparément examinés mais dans un ensemble pour faire une analyse cohérente et structurée.

## **Méthodologie de recherche**

Contrairement à la recherche fondamentale, caractérisée par l'accent particulier mis sur la conceptualisation et l'avancement théorique de la discipline, notre recherche est orientée plutôt vers la recherche appliquée dont la fonction utilitaire est de trouver une solution à un problème concret et immédiat ou de faire des propositions ou des recommandations. La recherche appliquée peut contribuer également à l'évolution conceptuelle théorique et technique de la discipline mais ce n'est pas un objectif premier et immédiat (Gumuchian, H., Marois, C., Fèvre, V., 2000). Notre choix s'explique par le fait que «l'étude de cas est souvent utilisée en recherche appliquée, notamment en évaluation de programmes gouvernementaux, d'où elle est utile pour prendre la mesure de l'efficacité ou des limites d'un programme. La méthode facilite en outre l'identification de pratiques administratives exemplaires qui peuvent servir de leçons d'avenir pour l'ensemble du programme évalué» (N.Roy, 2009, p.202).

Afin d'atteindre notre objectif de recherche, nous nous sommes servis de trois instruments de mesure tels que collecte de données, questionnaires et entretiens semi-dirigés. Nous pensons que ces trois derniers sont complémentaires. La collecte des documentations remises lors des consultations des textes administratifs publiés par les autorités locales et des questionnaires rend compte d'un aspect plus formel de l'information, alors que les entretiens semi dirigés sur le terrain nous permettent d'obtenir les opinions propres aux différents acteurs (Lequin, 2001).

Nous avons quatre publics à viser : autorités locales, entreprises touristiques, populations locales et touristes. Chacun a ses particularités. Une des difficultés de notre démarche a résidé dans la disponibilité, la fiabilité et la collecte des données sur le terrain. Pour les entreprises touristiques, nous avons fait référence à l'étude de Vo Sang (2010). En tant que collaboratrice, nous avons participé à toutes les étapes : concevoir des questionnaires, les faire remplir, effectuer des entretiens semi-dirigés auprès des PME touristiques des

---

<sup>3</sup> Je tiens à remercier M. René Dubois, maître de conférences de l'Université de la Réunion, de l'avoir traduit en français.

## ***Introduction Générale***

autorités locales et des experts concernés, dépouiller les données, organiser des réunions et des conférences auprès des invités, etc. Notre pleine intégration à cette recherche a facilité l'interprétation de nos résultats. Nous allons décrire dans quel contexte nous avons effectué notre recherche dans la partie suivante.

### **Autorités locales**

Nous avons, dans un premier temps, essayé de faire remplir nos questionnaires aux autorités locales en les laissant dans leur bureau. Au final, nous avons été déçus car les enquêtés se sont contentés de cocher les réponses du questionnaire, sans ajouter de commentaires. Parfois aussi, nous avons découvert que certains responsables locaux ont chargé leurs employés de remplir notre questionnaire. Après cette phase de «prétest», nous avons décidé d'abandonner les questionnaires afin de nous concentrer sur les entretiens semi-dirigés. Cela nous a permis d'être face à nos interlocuteurs pour recueillir plus d'informations intéressantes.

Nous avons dressé au préalable une liste des responsables locaux à interroger à différentes échelles : province, ville et quartiers de la ville. Une fois la liste établie, nous avons essayé de prendre contact avec les enquêtés. Toujours débordés, ils ont d'abord refusé de nous recevoir. Finalement, nous avons obtenu des rendez-vous par deux canaux, formel et informel. Nous avons soit passé plusieurs appels et insisté afin de prendre rendez-vous, ou bien nous avons demandé à des amis travaillant dans le même service de prendre rendez-vous pour nous.

Nos entretiens se sont déroulés dans le bureau des interviewés pendant une durée de 30 à 90 minutes selon leur emploi du temps et leur volonté. Durant les entretiens semi-dirigés, nous nous sommes basés sur la liste de questions préétablies (Cf. annexe 2). Afin d'enrichir notre conversation et de collecter un maximum d'informations, nous avons adapté le contenu de la conversation à l'ambiance de nos entretiens. Parfois, nous avons évoqué des détails qui ne figuraient pas sur la liste de questions.

- Au niveau provincial, nous avons plutôt abordé les questions concernant la politique touristique globale.
- Au niveau local, nous avons mis l'accent sur l'impact du tourisme sur la vie de la population locale.

## ***Introduction Générale***

Les entretiens semi-dirigés ont été pris en note ou bien enregistrés à l'aide d'un magnétophone avec l'accord des interlocuteurs. Nous avons remarqué que les autorités locales se sentaient impliquées dans les entretiens semi-dirigés. Ils nous ont écoutés avec attention. Dans l'ensemble, ils avaient tous des points de vue optimistes sur le développement touristique local, disant que le tourisme a apporté des bénéfices économiques. En revanche, ils n'avaient pas les mêmes préoccupations sur ce développement. Plus les responsables étaient proches des populations locales, plus ils ramenaient l'impact du développement touristique à celui de leurs quartiers.

### **Population locale**

#### **Méthode pour le choix des populations locales interrogées**

Après la collecte des données documentaires et les entretiens semi-dirigés auprès des autorités locales et des entreprises touristiques, nous avons déjà un aperçu général du tourisme de la province de Khanh Hoa et de la ville de Nha Trang. Parmi les quartiers de la ville de Nha Trang où nous avons travaillé, nous avons décidé de choisir de réaliser les interviews dans deux quartiers : Loc Tho et Vinh Nguyen, qui sont, d'après nous, les plus touchés par le tourisme. Notre choix s'explique par les raisons suivantes :

Le quartier de Vinh Nguyen est situé au Sud-Ouest de la ville de Nha Trang. C'est un quartier à deux noyaux : noyau insulaire et noyau terrestre. Il comporte 14 sous-quartiers étendus sur la bande littorale et 7 sous-quartiers composés des îles de la baie de Nha Trang. Ce quartier compte une quantité de sites pittoresques de la baie de Nha Trang (île Hon Tre, île Hon Mun, île Hon Tam, île de Hon Mot, île Hon Mieu, etc.). Attirés par la beauté exceptionnelle de cette baie, plus de 80% des touristes y ont passé leurs vacances<sup>4</sup>. Pourtant, ce dernier fait partie de quartiers ayant le plus grand nombre de résidents pauvres de Nha Trang (Cf. annexe 3). Contrairement au quartier de Vinh Nguyen, celui de Loc Tho s'étendant tout au long de la plage de Nha Trang est localisé au centre ville où se trouvent la plupart des hôtels, des restaurants, des agences de voyages, des agences de transport, des clubs de plongée, des magasins de souvenirs et des petits commerces de la ville de Nha Trang. Ce quartier est classé parmi ceux qui ont le moins de résidents pauvres de la ville de Nha Trang (Cf. annexe 3).

---

<sup>4</sup> Source : Entretien avec le directeur de la Réserve de la baie de Nha Trang en septembre 2009.

## ***Introduction Générale***

Face à ce constat à propos de ces deux quartiers les plus touchés par le développement touristique de la ville de Nha Trang en général et de la baie de Nha Trang en particulier, nous voulions les prendre en exemple pour pouvoir comparer les niveaux de vie des deux communautés locales concernées.

### **Choix de la méthodologie**

Le vocabulaire technique n'est pas nécessairement celui des répondants. Par ailleurs, nos questions devaient être courtes, pertinentes et précises pour une bonne compréhension et information des répondants. A cette fin, la méthode CAP (Connaissances, Attitudes et Pratiques) dont le principe est d'être à l'écoute des personnes que l'on interviewe, sans les influencer dans leur jugement, a été utilisée (Decoudras, 1997). Cette méthode est intéressante et nouvelle, car au Vietnam, pour obtenir la perception d'un public sur un sujet précis, on choisit plutôt la méthode la plus simple qui consiste à aller sur le terrain avec un questionnaire préparé à l'avance et dans lequel les auteurs imposent leurs opinions «subjectives» exprimées en termes scientifiques, ce qui le rend difficile à comprendre. Parfois, il manque également des informations<sup>5</sup>.

La méthode CAP comporte les deux phases suivantes, classées par ordre prioritaire : entretien et questionnaire dont les objectifs sont différents. Les entretiens permettent de faire émerger les réponses des interlocuteurs analysées de manière qualitative. A la fin de cette phase, on dispose de «fiches- sujets» complètes et de la hiérarchisation des centres d'intérêts du point de vue des interviewés. C'est à partir de ces éléments que va être mise en oeuvre la deuxième phase de la méthode CAP dont le but est d'obtenir une évaluation quantitative précise de ce que savent, font et pensent les interlocuteurs : c'est la phase questionnaire.

L'objectif des questions est de déterminer l'importance d'une connaissance, d'une pratique, d'une attitude, d'un comportement au niveau d'un groupe cible. Ce dernier sera le même que celui à qui s'adressaient les entretiens. L'échantillon est pourtant élargi par rapport aux entretiens, car il s'agit d'obtenir des résultats représentatifs de l'ensemble du groupe. Il importe de souligner que le questionnaire est très structuré et standardisé de manière classique. Il ne laisse aucune place pour la discussion. L'enquêté répond soit par *oui* ou par *non*, soit *ne sait pas*, soit *refuse de répondre*.

---

<sup>5</sup> Avant de choisir la méthode CAP, nous avons initié nous-mêmes les questions du questionnaire sans consulter l'avis de la population locale visée. La qualité des deux questionnaires (avec ou sans consultation de la population locale) est tout à fait différente.

## *Introduction Générale*

### **Application de la méthode CAP à Nha Trang**

#### **Phase 1 : Entretien**

Afin d'atteindre nos objectifs de recherche et d'éviter des questions hasardeuses, nous avons appliqué un critère obligatoire qui garantit la plus grande homogénéité de l'échantillon et qui peut satisfaire aux attentes de notre recherche : il s'agit des populations locales vivant dans les sous - quartiers les plus touchés par le tourisme de deux quartiers Vinh Nguyen et Loc Tho. Vu le problème de surpopulation au Vietnam, nous avons choisi cinq personnes par sous-quartier pour les interviewer. Leur âge variait entre 20 et 60 ans, âge de la population active. Dans la sélection des populations locales interrogées, nous n'avons tenu compte ni de leurs métiers<sup>6</sup>, ni de leur religion, ni de leur formation.

Suivant ce critère, nous sommes retournés travailler dans ces deux quartiers avec la lettre de présentation du Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de Khanh Hoa. Il faut passer par cette étape administrative et officielle pour pouvoir mener de tels entretiens. Selon l'indication de cette circulaire, les responsables de ces deux quartiers nous ont confiés aux responsables des sous-quartiers qui se chargeaient de nous présenter à nos répondants.

Bien que nous ayons accompli toutes les formalités, la prise de contact avec les populations locales n'a pas été facile. Certains résidents nous ont reçus avec bonne volonté. D'autres étaient plus réticents et nous adressaient des regards soupçonneux, surtout ceux qui pratiquaient le petit commerce. Afin de créer un climat de confiance pendant le déroulement de l'enquête, nous les avons rassurés sur la confidentialité de nos conversations. Et nous avons surtout expliqué qu'il ne s'agissait pas d'un contrôle demandé par les autorités locales. Nous avons bavardé un peu avec les personnes interrogées pour établir un climat agréable et évaluer leur capacité d'ouverture en leur posant des questions hors sujet concernant leur vie quotidienne, leur famille, leur profession, avant d'arriver à l'entretien.

Suivant les indications de la méthode CAP, nous avons commencé en présentant la consigne de notre conversation et en leur posant notre question de départ<sup>7</sup>. Cette formule était employée pour préciser encore le sujet de notre conversation et inciter la personne interrogée à s'exprimer. Nous avons essayé de leur poser notre question de départ de façon claire en

---

<sup>6</sup> Il est important de noter qu'au Vietnam, une personne pourrait exercer plusieurs métiers en même temps.

<sup>7</sup> Selon la méthode CAP, la question de départ est très importante. Elle doit être très simple et porteuse. Cette question était considérée comme un fil conducteur durant nos entretiens.



## *Introduction Générale*

vietnamien et de la répéter plusieurs fois si nécessaire. Nous avons soutenu la réflexion de l'interlocuteur en intervenant par des phrases neutres montrant la compréhension, en faisant des résumés successifs ponctuels pour clarifier la relance en reprenant la dernière phrase prononcée. Nous avons évité tous les commentaires. En particulier, nous n'avons pas manifesté d'attitude d'évaluation en exprimant des jugements. La durée de telles entrevues était de 20 à 60 minutes, selon la volonté de la personne interrogée et ses connaissances sur le tourisme local en vietnamien. Vers la fin de nos conversations, les personnes interrogées ont donné des avis plus intéressants, plus ciblés, en prenant des exemples précis. Nos entrevues se terminaient souvent dans une ambiance plus ouverte. Pendant nos études de terrain, nous avons rencontré certaines difficultés. Par exemple : selon la méthode CAP, la personne à interroger est toujours choisie au hasard du déplacement de terrain, de préférence isolée, pour faciliter la sincérité de l'entretien individuel. Pendant nos expérimentations, nous avons parfois du mal à isoler les interviewés pour un entretien individuel, surtout quand ils étaient en couple. Lors de nos entretiens au sous-quartier Dam Bay (quartier Vinh Nguyen) dans la baie de Nha Trang, pendant que nous interrogeons le responsable du sous-quartier en question, cinq autres êtres étaient assis à côté de nous pour attendre leur tour. Pour les raisons de politesse nous ne pouvions pas les faire sortir de la salle.

### **Phase 2 : Questionnaire**

De retour du terrain, les notes de 61 répondants ont été mises au propre, rédigées de la manière la plus détaillée possible, puis dépouillées pour établir une synthèse sous forme de fiches d'entretien qui comprenaient les extraits les plus significatifs des entretiens. En reprenant mot à mot des entretiens, sur le sujet donné, nous avons transcrit exactement le vocabulaire employé par l'interlocuteur, car le sens des mots était primordial. En nous basant sur ces fiches d'entretien, nous avons relevé par la suite la fréquence de mots-clés et d'idées citées, rempli une fiche-sujet par préoccupation. Ces fiches faisaient ressortir les propos qui se rapportaient à des connaissances, des attitudes et des pratiques.

«La plupart de comportements humains peuvent ainsi s'analyser dans trois perspectives : en fonction de l'individu envisagé, en fonction de la situation où cet individu se trouve, en fonction du contexte culturel» (Cronbach, 1957 ; Bowers, 1973 ; Wheeler, 1988 cité dans A.Jones, R., p. 15). Nous ne nous sommes pas seulement limitées à ces trois aspects mentionnés. Nous avons inséré d'autres questions évoquées lors des entretiens avec les autorités locales et les entreprises touristiques. Plus précisément, nous avons élaboré notre

## *Introduction Générale*

questionnaire qui comptait seize questions divisées en trois parties : tourisme actuel de Nha Trang, perspective du développement touristique dans l'avenir et informations personnelles du répondant (Cf. annexe 4).

La différence entre la méthode CAP d'origine et la méthode CAP adaptée à notre travail est due au fait que premièrement, nous ne nous sommes pas limités à des questions appelant des réponses par «oui», «non», «ne sait pas», «refuse de répondre». Nous avons également laissé des espaces libres pour la discussion en proposant des questions à choix multiples (QCM), des questions ouvertes et des questions fermées. Deuxièmement, au lieu de nous contenter de cibler les sous-quartiers de l'entretien, nous avons fait remplir nos questionnaires par les populations locales d'autres sous-quartiers des deux quartiers étudiés Vinh Nguyen et Loc Tho, ce qui nous a permis d'obtenir un nombre de réponses plus significatives.

Après avoir soumis notre questionnaire au «prétest» qui nous a permis de relever les hésitations, les signes de l'incompréhension des répondants, les lacunes du questionnaire, la vérification de l'ordre des questions, ainsi que l'appréciation de sa longueur, des modifications ont été apportées au questionnaire initial pour le perfectionner.

Pour la phase de questionnaire, nous avons rencontré la même difficulté que pour l'entretien. La moitié de la population locale étudiée vivant dans les îles. Nous avons dû louer des bateaux privés pour nous rendre dans les îles éloignées. La plupart des populations locales résidant sur la côte étaient au travail pendant toute la journée. Le soir, ils n'avaient pas envie de nous recevoir. Vu nos contraintes de temps et les conditions d'accès, nous avons fait appel au soutien de nos collègues pour faire remplir les questionnaires. Travaillant dans les établissements administratifs qui avaient plus ou moins de relations professionnelles avec la population locale concernée, nos collègues étaient les personnes-ressources de ces deux quartiers. Ils ont facilité la prise de contact avec les résidents.

Pour faire remplir les questionnaires, nous sommes allés avec ces collègues dans chaque famille. Après avoir expliqué l'objectif général, nous avons expliqué en détail le questionnaire. Les populations locales ont répondu au questionnaire en fonction de la particularité de chaque question, soit en cochant sur la réponse choisie, soit en classant leurs réponses par ordre d'importance (1, 2, 3), soit en complétant les autres informations. Nous avons aidé les personnes âgées et illettrées à remplir des questionnaires.

## ***Introduction Générale***

A l'occasion des questionnaires, nous avons remarqué les comportements coopératifs de certains qui étaient motivés et prêts à fournir des commentaires. Par contre, une partie des îliens avait des réactions «fortes», car ils pensaient que nous étions venus prendre leurs terrains pour des projets touristiques.

### **Touristes domestiques et internationaux**

#### **Elaboration du questionnaire**

Le questionnaire réservé aux touristes avait pour objectif d'évaluer la satisfaction des touristes vis-à-vis du tourisme dans la ville de Nha Trang en général et de sa baie en particulier, de connaître ses points forts et ses points faibles et de fournir des informations personnelles sur les répondants. Suite à ces objectifs, nous avons conçu notre questionnaire qui comptait dix-huit questions (Cf. annexe 5). Après avoir terminé ce questionnaire, nous l'avons passé au «prétest». En fonction des résultats du «prétest», nous l'avons modifié à nouveau avant de l'adresser officiellement aux touristes.

#### **Expérimentation proprement dit**

Ce questionnaire a été traduit en trois langues : français, anglais et russe<sup>8</sup>. Comme nous ne pouvions pas contacter directement les touristes, nous avons demandé à nos collègues travaillant dans les établissements touristiques de faire remplir nos questionnaires par les touristes domestiques et internationaux. Nous avons également demandé à des amis prenant leurs vacances à Nha Trang de remplir ces questionnaires.

Contrairement aux autres questionnaires remplis par les résidents, nous avons remarqué que les touristes avaient répondu à notre questionnaire avec beaucoup de sérieux. Non seulement le questionnaire était bien rempli, mais ils ont fourni des commentaires pertinents. Certains touristes interviewés nous ont laissés leur adresse électronique et nous ont demandé de leur communiquer le résultat de notre recherche.

---

<sup>8</sup> Nous avons demandé à un professeur de russe de traduire notre questionnaire. Hélas, sa traduction n'était pas assez précise. Cela a causé des malentendus chez les touristes russes. Certains questionnaires remplis par les touristes russes étaient inexploitables.

## ***Introduction Générale***

### **Analyse de données**

#### **Questionnaire**

Après avoir récupéré les questionnaires, nous les avons lus dans leur globalité. Nous avons éliminé ceux qui ne répondaient pas à nos objectifs de recherche. L'outil qui a été utilisé pour traiter les questionnaires réservés aux touristes et aux entreprises a été Excel<sup>9</sup>. Nous avons traité les questionnaires consacrés à la population locale par le logiciel SPSS<sup>10</sup>.

#### **Entretiens semi-dirigés**

Les réponses à des questions ouvertes et les réponses dans l'entrevue semi-dirigée ont été étudiées en recourant à la technique de l'analyse de contenu comme outil d'analyse. Notre choix s'explique par le fait que l'analyse de contenu permet «une description objective, systématique et, si possible, quantitative d'informations issues provenant d'entrevues, de questionnaire à réponses ouvertes ou encore de documents de diverses natures» (Mayer et Ouellet, 1991, p.499). Cette méthode d'analyse est utilisée de plus en plus par les chercheurs en sciences sociales. En effet, elle permet de mieux comprendre certaines réalités vécues par la clientèle, de mesurer les effets d'une intervention dans laquelle les changements se manifestent, notamment sur le plan du discours, de distinguer les dimensions de nouvelles réalités ou de problématiques ou d'évaluer l'évolution du discours dans un groupe. Elle propose une mesure plus exacte de ce que l'on perçoit totalement ou intuitivement (Mayer et Ouellet, 1991).

La méthode d'analyse de contenu permet également d'avoir une richesse d'interprétation, car une même production peut être étudiée par plusieurs chercheurs poursuivant des buts différents (Lamoureux, 1995). Parallèlement aux avantages de la méthode d'analyse de contenu, nous avons tenu compte des exigences de cette méthode: objectivité, systématisation et généralité (Lamoureux, 1995), ainsi que ses inconvénients. Une analyse de contenu ne permet jamais de restituer la totalité des significations possibles d'un matériel. Elle implique nécessairement un choix et l'instrument d'analyse adopté ne fait que traduire ce choix (Mayer et Ouellet, 1991). Quant à Nadeau (1988, p.348), elle signale, parmi les faiblesses de l'analyse de contenu, « la difficulté que représente la sélection des données de base et de leurs sources ;

---

<sup>9</sup> Nous tenons à remercier Mme NGUYEN Thi Huyen (Service des statistiques de Khanh Hoa) de nous avoir aidés à traiter ces données.

<sup>10</sup> Nous tenons à remercier Melle LE, Thanh Ngan (Enseignante de l'Université de Nha Trang) de nous avoir aidés à traiter ces données.

### ***Introduction Générale***

on note en outre un problème de fiabilité relié au processus de codage et au système de catégories déficient; enfin, on relève un problème de validité relié à l'absence de procédés de validation ».

**PARTIE 1**

**NHA TRANG - UNE STATION BALNÉAIRE CENTENAIRE DU VIETNAM**

### *Partie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Dotée d'un exotisme intense aux yeux des Européens de l'époque, d'une baie remarquable et d'un climat favorable qui ont attiré l'attention des colons français, Nha Trang est devenu très tôt un lieu de villégiature recherché, dès le début du XXe siècle. Qu'est devenue cette station balnéaire aujourd'hui ? Quels sont les produits touristiques proposés ? Est-ce qu'ils représentent une offre typique et diversifiée ? Nous essaierons de répondre à ces questions dans la première partie.

Il nécessite pour la suite et le raisonnement de notre thèse, de tracer les grandes étapes qui ont participé aux processus d'investissement de l'espace de Nha Trang par le tourisme, car au fil de l'histoire, des valeurs culturelles différentes se sont succédées pour composer le destin touristique du site et lui donner l'image et le sens qu'il possède aujourd'hui. Ce sera l'objectif du premier chapitre de la première partie.

La typologie que nous proposerons dans le chapitre 2 tentera d'analyser les différents produits touristiques qui représentent l'ensemble des enjeux au regard du concept de tourisme durable : qu'il s'agisse des éléments attractifs du site (naturels, culturels), des pratiques touristiques ou des produits-souvenirs proposés, la manière dont ces produits sont mis en valeur, mis en marché, contrôlés, et leurs répercussions économiques, sociales et culturelles sur les populations locales, déterminent leur niveau de compatibilité avec la notion de tourisme durable. Il sera nécessaire de réfléchir sur ce sujet dans son ensemble avant de l'approfondir dans différentes directions.

**Chapitre 1 : De la station balnéaire indochinoise à la réappropriation vietnamienne**

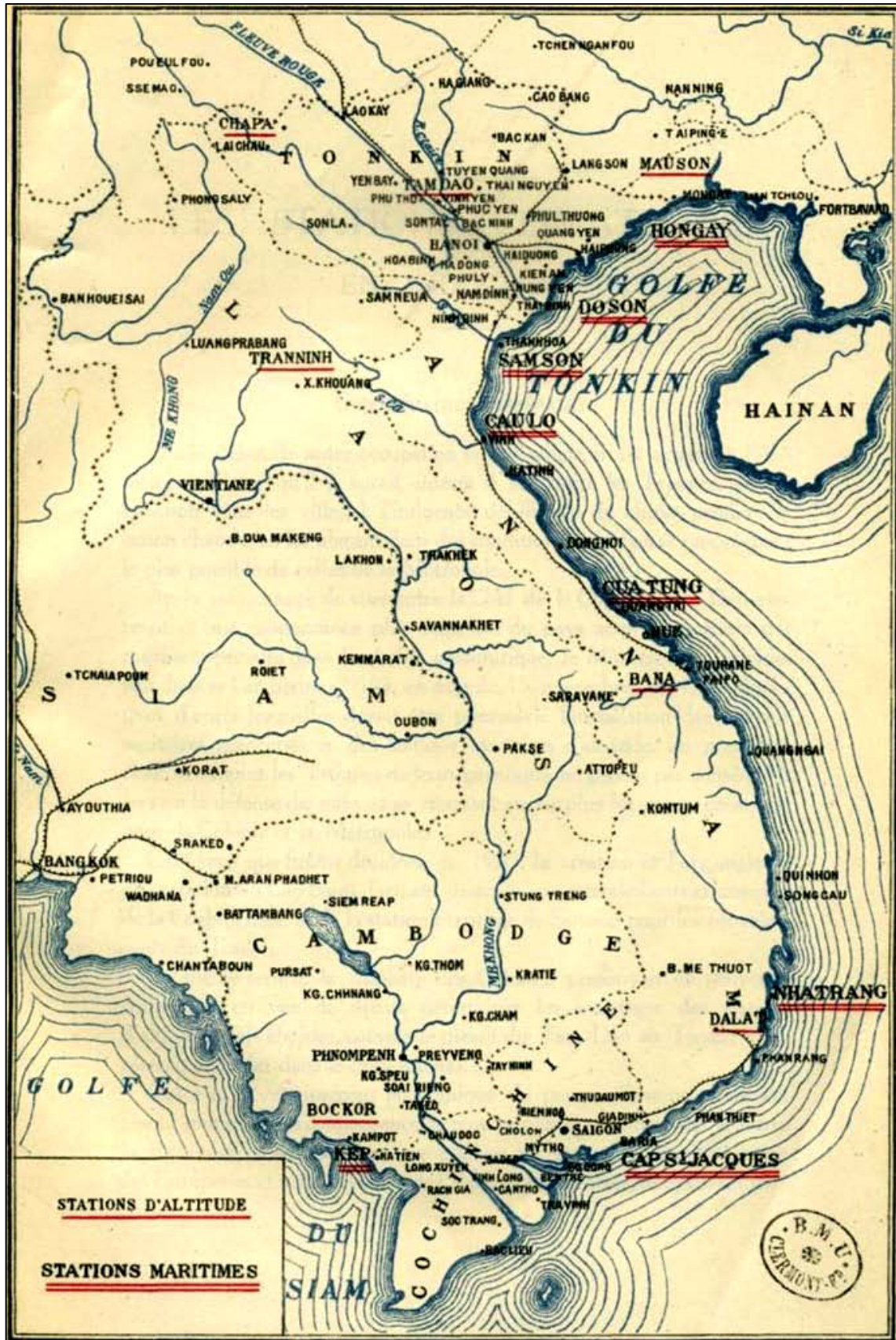
Le premier chapitre présente brièvement l’historique du tourisme grâce auquel nous avons pu mieux comprendre l’évolution de cette station balnéaire. Nous pouvons distinguer quatre périodes importantes du pays : avant 1954 (sous la colonisation des Français) ; entre 1954 et 1975 (sous la domination des Américains) ; entre 1975 et 1986 (quand le Vietnam venait de sortir de la guerre contre les Américains) et depuis la politique de renouveau «Đổi mới» en 1986 jusqu’à ce jour.

**1.1. Une station balnéaire coloniale émergente**

Initialement connu comme un des trois centres de pêche importants du Centre Vietnam, dès le début de l’occupation française en Indochine, «il est apparu à l’Autorité militaire qu’il y aurait intérêt à soustraire les Troupes, tenant garnison dans les villes, à l’influence débilante du climat pendant la saison chaude, en les plaçant dans des conditions de milieu se rapprochant le plus possible de celles de la Métropole» (Gaide, 1930, p.5). C'est ainsi que certaines plages du golfe du Tonkin et des côtes d'Annam devinrent des stations maritimes : Nha Trang en faisait partie (voir la carte 3 suivante). Elles étaient choisies pour la douceur de leur climat et la beauté de leurs sites afin de permettre aux colons français de reconstituer leur santé dans les meilleures conditions.



Carte 3. Stations balnéaires et stations d'altitude en Indochine française.



Source : GAIDE (1930)

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, les Français avaient entrepris la construction d'infrastructures au Vietnam : la route transvietnamienne traversait Khanh Hoa sur 150km dès 1897, la voie ferrée Nha Trang-Saigon était mise en service en 1912, les ports maritimes (Ba Ngoi, Cam Ranh, Cau Da), l'aéroport de Nha Trang, etc. Le gouvernement français y fit également construire les bâtiments des services administratifs provinciaux et régionaux (Nguyen, 2006).

Photographie 1. La route mandarine vers Nha Trang, exemple d'un des premiers investissements des Français pendant l'époque coloniale.



Source : René Têtard, 19 septembre 1926

Le visage socio-économique de Nha Trang en fut complètement changé. Le petit bourg de pêcheurs, également connu comme un carrefour d'échanges commerciaux entre les productions côtières et celles de l'intérieur du pays, s'orienta vers le tourisme. Des circuits touristiques furent créés tandis que les hébergements augmentaient, tant en quantité qu'en qualité. A cette époque, Nha Trang possédait déjà des bungalows, ce qui n'existait jusqu'alors que dans les grandes provinces (Nguyen, 2006).

Les premières mobilités récréatives domestiques au Vietnam datent également de l'époque coloniale. Elles concernaient de manière minoritaire la riche bourgeoisie chinoise et annamite (Peyvel, 2009). Le plus connu de ces touristes fut le dernier empereur du Vietnam, Bao Dai<sup>11</sup>. En 1922, les Français firent construire un ensemble de villas sur le mont Canh Long (Cau Da), Nha Trang. Ces cinq villas indépendantes qui portent chacune le nom d'une plante différente (Cactus, Frangipanier, Bougainvillier, Flamboyant et Badamier) servaient de lieux de travail et de logements aux scientifiques. En 1926, les Français attribuèrent à

---

<sup>11</sup> Bao Dai est le nom d'intronisation du prince Nguyen Phuc Vinh Thuy, fils unique de l'empereur Khai Dinh. Il naquit le 22 octobre 1913 à Hue (Vietnam) et mourut le 31 juillet 1997 à Paris (France). Il fut le 13<sup>e</sup> et dernier souverain de la dynastie des Nguyen et le dernier empereur du Vietnam.

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

l'empereur Bao Dai deux des cinq villas qu'ils avaient fait construire sur une hauteur au sud de la ville, initialement pour accueillir des scientifiques.

Photographie 2. Villas de Bao Dao, exemple de premières villas construites par les Français à Nha Trang pendant l'époque cononale.



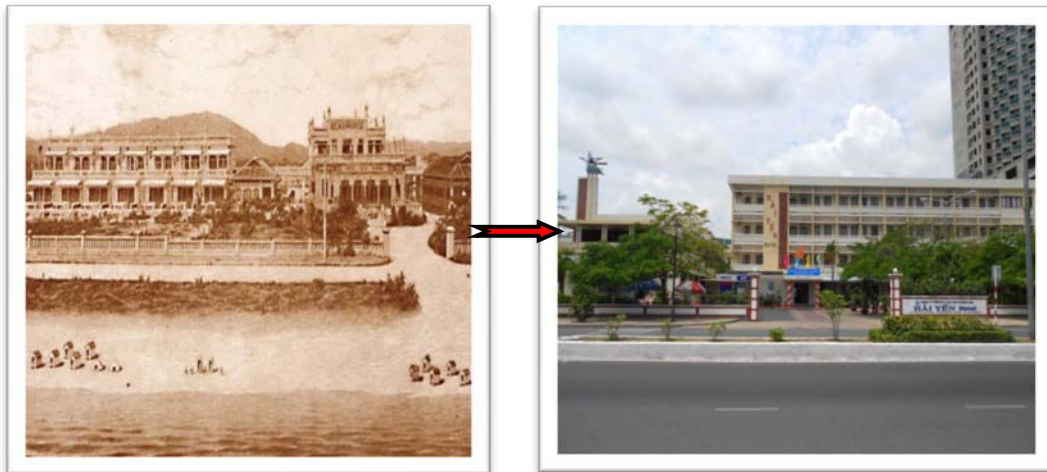
Source : LE Thi My Binh (2005)

Après 1930, le nombre de touristes venant dans les régions du Centre et à Nha Trang en particulier, augmenta sans cesse. Afin de favoriser l'arrivée des visiteurs, les Français publièrent une collection de notices touristiques sur les provinces de l'Annam – Province de Khanh Hoa. Ce document fournissait aux touristes des informations utiles (lieux de parking, location de voitures, circuits touristiques, services hôteliers, inventaires des beaux sites comme les temples Po Nagar, l'Institut Océanographique, la cathédrale de Nha Trang, les îles, etc.) (Nguyen, 2006).

Parallèlement aux bungalows, Nha Trang possédait déjà quelques grands hôtels tels que Beau Rivage (Hai Yen actuel), Grand Hôtel (maison d'hôte T.78 actuelle), Bon Air (en face de la gare actuelle de Nha Trang) en 1945. A cette époque, le gouvernement français accordait déjà une grande importance à la protection des éléments naturels et des paysages à caractère historique, scientifique, légendaire ou esthétique dans les colonies et les protectorats. C'est donc dans le but d'arrêter toute exploitation excessive des ressources marines que le gouverneur général de l'Indochine approuva le 22 septembre 1937 un Décret selon lequel les récifs coralliens dans la baie de Nha Trang étaient classés comme site naturel à caractère artistique, et il était interdit de les exploiter librement. Ce décret manifeste clairement la conscience environnementale du gouvernement français. C'est aussi le texte le plus précoce sur l'évaluation de la valeur et la préservation des coraux de Nha Trang (Nguyen, 2006).

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Photographie 3. L'hôtel Beau Rivage (photo à gauche) pendant l'époque coloniale et l'hôtel Hai Yen (ancien Beau Rivage) aujourd'hui (photo à droite).



Source : Inconnu

→

Source : LE Thi My Binh (Décembre 2011)

Les pratiques touristiques à l'europpéenne se développaient en Indochine (Peyvel, 2009). «La pratique» préférée était le repos accompagné des bains de mer. Une minorité de personnes aimait la chasse et les visites dans l'arrière pays. A cette époque, le tourisme n'était pas considéré comme un secteur économique primordial à Nha Trang. Malgré tout, il avait un impact important sur la vie socio-économique de la localité en particulier et du Centre du Vietnam en général.

Pour mieux répondre aux besoins des touristes qui cherchaient essentiellement à faire de la villégiature dans des lieux ressemblant le plus possible à la mère patrie (Peyvel, 2009), le style de certains bâtiments (cathédrale «Nui», Gare de Nha Trang, grand hôtel, etc.) se réfère à un archétype architectural métropolitain qui évite un trop grand dépaysement et qui reproduit le milieu de vie d'origine.

### **1.2. Une station balnéaire des soldats américains**

De 1954 à 1975, Nha Trang était considérée comme une des bases arrière de l'armée américaine et du gouvernement du Sud Vietnam ainsi qu'un lieu de repos et de baignade des officiers généraux. La guerre de 1954 a fait fuir une partie de la bourgeoisie du Nord vers le Sud, si bien que le tourisme domestique a été en partie interrompu. Les résidents les plus riches y développaient des pratiques récréatives, influencées en grande partie par les Américains et les Australiens présents (Peyvel, 2009). Le gouvernement de Saigon y avait construit des immeubles servant de résidences pour les militaires. De nombreux hôtels ont également vu le jour comme Gia Long (Hoang Gia actuel), Da Loc (secteur C de l'hôpital

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

provincial actuel), Duy Tan, etc. En outre, certains résidents ont fait construire des auberges de 5 à 7 chambres (quelques dizaines de lits) près des grands axes routiers, de la gare, des stations de bus pour servir essentiellement les clients qui venaient de loin (Comité populaire de Khanh Hoa, 2003).

Mais, en matière d'organisation et de gestion, Nha Trang ne possédait aucun service étatique chargé du tourisme même s'il existait déjà un organisme compétent dans ce secteur au niveau national (Département National du Tourisme). Son essor touristique reposait sur les avantages climatiques, les sites culturels et l'environnement naturel. Les deux principaux types de tourisme étaient le tourisme de repos accompagné de bains de mer et le tourisme d'excursion. Parfois les étrangers demandaient aussi des chasses sous-marines autour des îles de Nha Trang (Nguyen, 2006).

En 1956, le gouvernement sud-vietnamien a réalisé une réforme administrative au Sud-Vietnam. Certains décrets relatifs au développement touristique à Khanh Hoa sont entrés en vigueur, à savoir : Décret N°887-GD/ND autorisant l'Institut océanographique à percevoir des frais de visite ; Décret N°162-BKTDT/VP/ND transformant l'ancien service français du tourisme en Département National du Tourisme ; Décret N°83/TTP/QLDL réglementant l'exploitation des voyages au Vietnam. Ces textes législatifs constituaient une nouvelle politique du gouvernement de Saigon en matière de tourisme : les autorités s'assuraient de pouvoir contrôler le développement touristique tout en mobilisant l'investissement des particuliers. Pourtant, l'efficacité des activités touristiques laissait encore à désirer car les bénéfices ne servaient qu'au fonctionnement du gouvernement sud-vietnamien (Nguyen, 2006).

#### **1.3. Un tourisme organisé dans le cadre de l'Etat socialiste**

Après la libération de Nha Trang (le 2 avril 1975), les hôtels et restaurants de l'ancien gouvernement ont été mis sous la gestion du gouvernement révolutionnaire. Ce dernier a pris en charge la gestion de nombreux établissements d'hébergement, dont certains assez grands, tels que le Grand Hôtel, Duy Tan, Nha Trang (7 étages) qui était le bâtiment le plus haut de la ville jusqu'en 1985. Cet héritage a permis d'avoir les premières infrastructures nécessaires. Dans le même temps, des leçons furent tirées des expériences de gestion étatique, de l'investissement, de l'exploitation et des services touristiques, ce qui permettait de définir une

## ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

orientation plus efficace avec de nouveaux objectifs et de nouveaux publics (Comité populaire de Khanh Hoa, 2003).

Il importe de mentionner que suite à la libération du pays en 1975, l'avènement du socialisme a entraîné des mobilités récréatives. Appliquant les principes marxistes-léninistes dans tout le pays, les dirigeants à Hanoi poursuivaient la réforme agraire radicale engagée depuis 1954 au Nord. Ceci donnait la priorité à l'industrie lourde, la nationalisation des banques, des commerces et des industries (Peyvel, 2009). Vivant dans ce contexte commun, le tourisme à Nha Trang n'était pas considéré comme un secteur économique important. Il a été dirigé directement par le Comité Populaire Provincial. Les établissements d'hébergement ont été consolidés et restaurés pour devenir des maisons de repos qui accueillaient plutôt des délégations du Parti communiste et de l'État. Le budget pour les faire fonctionner provenait essentiellement de l'État et non de leur propre capital (Comité populaire de Khanh Hoa, 2003).

Durant cette période, le nombre de touristes internationaux restait modeste. Ils venaient pour la plupart des pays d'Europe de l'Est et de l'ex-URSS, selon les conventions de coopération signées avec le Vietnam. Pendant le week-end, Nha Trang recevait en plus des experts russes qui travaillaient sur la péninsule de Cam Ranh et qui venaient à Nha Trang pour faire des achats et des visites (Nguyen, 2006).

### **1.4. Avec le *Đổi Mới*, d'une station à une station – ville**

Les véritables prémices du développement touristique du Vietnam apparaissent avec la politique de renouveau «*Đổi mới*»<sup>12</sup> en 1986, grâce à laquelle les touristes ont été admis à visiter le Vietnam. En effet, parallèlement à un assouplissement des secteurs économiques, le «*Đổi mới*» a relâché le contrôle des migrations. Le permis de déplacement a été supprimé au début des années 1990. Le «*Đổi mới*» a également facilité la mobilité des Vietnamiens qui avaient non seulement davantage les moyens mais aussi la possibilité de se déplacer, car le cadre administratif et juridique s'était assoupli. La mobilité devenait plus accessible pour les populations locales, que cela soit pour des raisons professionnelles, matrimoniales ou récréatives (Peyvel, 2009).

---

<sup>12</sup> Adoptée par le VI<sup>e</sup> congrès du Parti communiste vietnamien en 1986, cette politique a été destinée à permettre la transition de l'économie – jusque-là entièrement planifiée – vers une économie de marché.

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

De plus, le tourisme de Nha Trang commença à se développer et à être considéré comme un des secteurs économiques importants quand la province de Phu Khanh fut divisée en deux : Phu Yen et Khanh Hoa en 1989. Suite à la fondation du Service du Tourisme de Khanh Hoa en août 1993, le Comité populaire de Khanh Hoa a promulgué la directive numérotée 06/UB du 11 mars 1994 concernant le renforcement et le développement du secteur touristique de Khanh Hoa dans laquelle le tourisme est orienté vers l'économie de marché. Puis, en février 2001, la province de Khanh Hoa a décidé de fusionner le Service du tourisme et celui du commerce en un seul appelé Service du tourisme et du commerce de Khanh Hoa et en 2007 en Service de la culture, des sports et du Tourisme de Khanh Hoa (Comité populaire de Khanh Hoa, 2003).

Actuellement, à Nha Trang, en dehors des établissements touristiques publics, il existe un grand nombre des entreprises touristiques privées. C'est ainsi que le réseau des affaires touristiques fut réorganisé et amélioré pour s'adapter au mécanisme de l'économie de marché. La réglementation de gestion a également été perfectionnée. Tout cela a attiré des investissements. Certains services dépendant du pouvoir central et local, des sociétés par actions et des particuliers participent également aux affaires d'exploitation touristique. Le marché du tourisme est en passe de devenir alors très animé et la concurrence est évidemment très vive.

En résumé, l'époque coloniale est le fondement important dans l'histoire touristique de Nha Trang, car elle a donné naissance au tourisme et à quelques équipements de base. Dans les années 1930, les Français ont perçu le potentiel touristique de Nha Trang grâce au développement rapide du centre urbain et à l'installation de plusieurs hôtels confortables, cette station maritime deviendra la plus importante de tout l'Annam. En plus, le climat de cette région est le meilleur de toute l'Indochine, parce que c'est un climat sec, régulier, avec une brise constante pendant la mousson de Nord-Ouest et de Sud-Ouest. Aussi Nha Trang, qui est déjà très apprécié par les Saigonnais, est-il assuré d'un développement plus grand encore et deviendra sans aucun doute dans l'avenir la station maritime la plus agréable, la plus confortable et la plus fréquentée de toute l'Indochine du Sud (Gaide, 1930).

Aujourd'hui, comme les autres stations créées à l'époque coloniale, Nha Trang n'a pas été effacée de la carte touristique et ne s'est pas transformée en friche, ce qui est le signe de qualités lui assurant une certaine pérennité (Peyvel, 2009). Nous allons aborder davantage le

***Partie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

tourisme à Nha Trang en présentant la typologie de ses produits touristiques dans le chapitre 2 suivant.



## **Chapitre 2 : Les produits touristiques à Nha Trang**

L'expression «produits touristiques» possède un sens très large (Hazebroucq, J.M., 2009). Lanquar (1977) a classé les produits touristiques en trois principales composantes. Il s'agit d'une part d'un patrimoine touristique de ressources naturelles, culturelles, artistiques, historiques ou technologiques qui va attirer le touriste et l'inciter au voyage, d'autre part des équipements qui sont en eux-mêmes des facteurs influençant le motif de voyage mais qui, s'ils manquaient, interdiraient ce voyage (hébergement, restauration, équipements culturels, de loisirs et sportifs) et enfin des facilités d'accès qui sont en relation avec le mode de transport que va utiliser le touriste pour se rendre à la destination choisie.

Quant à Lozato-Giotart et Balfet, 2007, il a donné une définition plus large que celle proposée par Lanquar (1977). Selon lui, le produit touristique résulte d'une combinaison complexe de dimension spatiale (géographiques, économiques, culturelles, etc.), d'échelles temporelles d'ampleur variable (loisirs, excursions, courts séjours, vacances), de processus productifs divers (hôtellerie, restauration, transports) et de schémas relationnels complexes (personnels ou collectifs, marchands ou non marchands, normés ou spontanés).

Au Vietnam, les produits touristiques sont définis dans la loi du tourisme du Vietnam, 2005, p.4 comme «tous les services nécessaires pour répondre aux besoins des touristes pendant leurs vacances». Ces services mentionnés sont ceux proposés par les agences de voyage, les moyens de transport, les hébergements, les restaurations, les loisirs, les informations, etc. Pourtant, d'après Pham (2007), le concept de «produit touristique» a un sens plus large qui ne se limite pas seulement aux services mais qui comprend également les «éléments» matériels et immatériels comme ressources touristiques répondant aux attentes particulières des touristes.

Dans le cadre de notre thèse, nous allons analyser les produits touristiques à Nha Trang en nous appuyant sur la définition proposée dans la loi du tourisme du Vietnam en 2005. Nous faisons également référence à celle de Lanquar (1977) en abordant dans un premier temps les ressources touristiques qui sont, à notre avis, un des facteurs conditionnant les pratiques touristiques proposées.

## **2.1. Ressources et pratiques touristiques à Nha Trang**

«Les ressources touristiques constituent la condition de base du développement touristique» (Dupont, 2002, p.449). Elles déterminent la force d'attraction d'une région, d'une station, et en définissent les potentiels et atouts touristiques. Il importe de ne pas confondre entre ressources et pratiques touristiques. De ressources données dérivent des pratiques (Defert, 1972), qui sont définies comme «ce que fait un touriste pendant son déplacement, combinaison de la mise en acte de ses intentions et des réponses qu'il apporte aux suggestions du lieu» (MIT, 2002, p.300). Par exemple : la neige est une ressource. Le ski est la pratique. Un vignoble est une ressource qui induit la dégustation de vin par les touristes.

On entend par ressource tout élément naturel, toute activité humaine ou tout produit de l'activité humaine qui peut motiver un déplacement désintéressé (Defert, 1972). Le même auteur distingue également quatre types de ressources touristiques :

- L'Hydrome : tout élément associé à l'eau.
- Le Phytôme : tout élément naturel lié à la nature.
- Le Lithôme : tout élément construit par l'homme.
- L'Anthropôme : à savoir l'homme objet de curiosité pour l'homme.

Autrement dit, on peut différencier deux types de ressources touristiques : ressources naturelles et ressources créées par l'homme. Concernant les ressources naturelles, on peut citer le climat, le relief, le paysage, la végétation, la faune, la mer, les plages, les lacs et les plans d'eau, les fleuves et les rivières, les sources thermales, etc. (Defert, 1972). Quant aux ressources créées par l'homme, il s'agit des monuments intéressants par leur nature et leur destination : monuments divers actuels et anciens comme musées, barrages, ponts, villages, etc., ainsi que des activités humaines, des civilisations et des peuples, leurs mœurs et coutumes telles que folklore, artisanat, fêtes, costumes, langues, musique, etc.

Au Vietnam, les concepts de ressources touristiques sont également bien définis dans la loi du tourisme en 2005 dans laquelle «les ressources touristiques sont le paysage naturel, les éléments naturels, historiques, culturels, le travail créatif de l'homme et d'autres valeurs humaines qui peuvent être utilisés pour répondre aux besoins du tourisme. Elles sont des éléments essentiels pour former les sites touristiques, circuits touristiques, les villes

***Partie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

touristiques (p.4). Les ressources touristiques se composent «des ressources touristiques naturelles et culturelles exploitées et inexploitées» (p.9).

Toujours selon cette loi, elle sépare également deux types de ressources : naturelles et culturelles (p.9) :

« Les ressources touristiques naturelles comprenant les facteurs naturels de la géologie, la topographie, la géomorphologie, le climat, l'hydrologie, les écosystèmes peuvent être utilisées à fin touristique ; Les ressources touristiques culturelles se composent les traditions culturelles, les éléments culturels, les arts folkloriques, les vestiges historiques et révolutionnaires, l'archéologie, l'architecture, les œuvres créatives de l'homme, les patrimoines culturels matériels et immatériels utilisés à fin touristique ».

En revenant à Nha Trang, nous remarquons le découpage spatial entre les ressources touristiques naturelles et culturelles comme le montre ces cartes ci-jointes. Plus précisément, les ressources naturelles sont plutôt concentrées sur la baie de Nha Trang avec ses plages, ses récifs coralliens, ses îles, ses écosystèmes, etc. (Cf. la carte 4 suivante).

Carte 4. Ressources touristiques naturelles de Nha Trang.



Source : Réserve de la baie de Nha Trang en 2011

ECHELLE : 1/100.000

Conception de LE Thi My Binh en 2011  
Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Tandis que les ressources culturelles se trouvent essentiellement en arrière du littoral en longeant le fleuve Cai. Il s'agit des temples et maisons communes classés patrimoine provincial, des pagodes, des fêtes traditionnelles et religieuses, des vestiges historiques et révolutionnaires, des musées, des cathédrales, des villages de pêcheurs, etc. (voir la carte 5 suivante).

**Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam**

**Carte 5. Ressources touristiques culturelles de Nha Trang.**



Source : Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa en 2010  
Comité Populaire du quartier de Vinh Nguyen en 2010

ECHELLE : 1/100.000

Conception de LE Thi My Binh en 2011  
Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

La concentration de ressources culturelles en arrière du littoral s'explique par le fait que c'était les premiers endroits ayant les traces des Viet. En effet, vers la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et début du XIX<sup>e</sup> siècle, les villages vietnamiens commençaient à se former et les institutions culturelles traditionnelles se fondaient petit à petit : pagodes, temples, maisons communes. Ces constructions marquaient le développement stable et durable d'une famille ou d'une communauté vietnamienne (Thai, 2003 ; Comité Populaire de Khanh Hoa, 2003). La ville de Nha Trang s'est développée principalement le long de la rivière, jusqu'à l'emplacement de l'actuel marché Dam. Le reste de la ville était quasiment désert avant l'arrivée des colons français vers 1892. La majeure partie des activités commerciales y était exercée par la communauté chinoise (Boiron, 2007).

Une caractéristique intéressante des ressources touristiques à Nha Trang est la facilité d'accès. Par exemple, les touristes peuvent accéder à toutes les îles de la baie de Nha Trang en une heure maximum en bateau. Les moyens de transport comme vélos, scooters, taxis, etc. facilitent le rapprochement des ressources culturelles. Ces dernières ont un autre avantage : elles ne dépendent pas du climat, des conditions météo ou de la nature comme les ressources touristiques naturelles. Ainsi, elles peuvent être exploitées presque toute l'année. Nous allons le développer davantage dans 5.2.2.

Concernant les pratiques touristiques, elles diffèrent en fonction des ressources touristiques : naturelles et culturelles. La plage, la baie et la rivière Cai sont le cadre des activités liées à la nature, qui vont de la baignade à la randonnée en passant par la plongée. Tandis que les activités culturelles se font plutôt en ville. La fête des pêcheurs et les conférences, les colloques ainsi que les voyages de stimulation se déroulent à la fois dans la baie et la ville de Nha Trang comme le montre le tableau 5 suivant.

Tableau 5. Ressources et pratiques touristiques proposées à Nha Trang.

Ressources touristiques	Localisation	Formes de tourisme	Pratiques touristiques
Naturelles		Balnéaire	Baignages, détente, jeux nautiques
	Baie, plage	Sportif	Plongée sous marine
		Croisière	Photos, films
	Rivière Cai	Fluvial	Randonnées, découvertes culturelles Photos, films
Culturelles	Ville et Baie	Culturel	Fêtes des pêcheurs (Cau Ngu)
		D'affaires Culturel	Conférences, voyages de stimulations, colloques Fêtes religieuses
	Ville	De santé	Visites des sites culturels (musées, cathédrales, anciennes maisons, maisons communes) Prises de vue, shopping, Festival de la mer Thermalisme

Source : LE Thi My Binh (2011), adaptée du travail de Pierre Defert (1972)

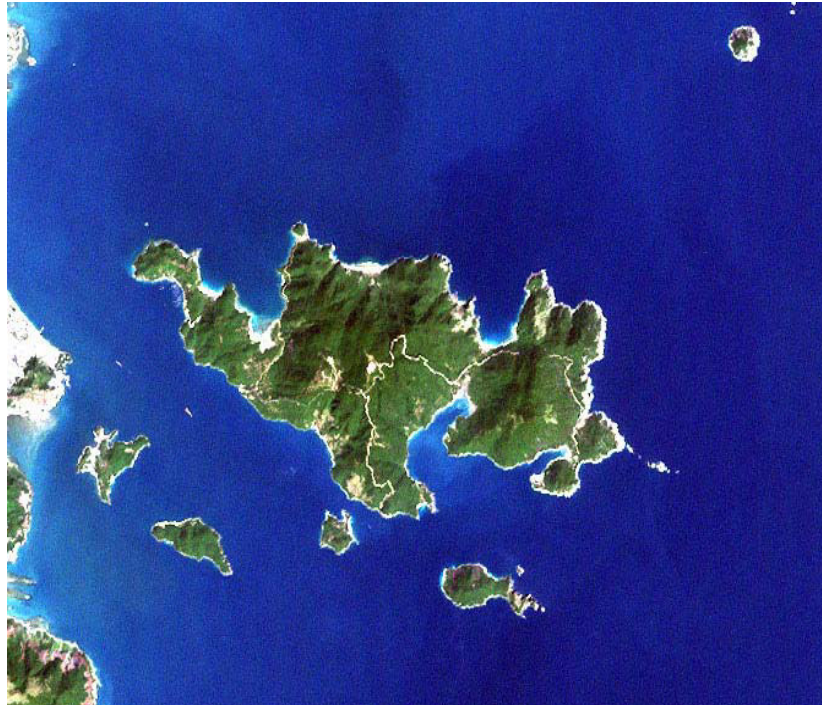
Ce tableau ci-dessus donne un aperçu général de l'ensemble des formes de tourisme ainsi que des pratiques touristiques correspondantes. Nous allons les présenter selon leur niveau de mise en tourisme.

### **2.1.1. La baie et ses activités balnéaires, joyau touristique à Nha Trang**

Nha Trang se caractérise par une forte spécialisation autour d'un tourisme misant sur le trinôme «soleil-sable-mer». Connue sur le plan écologique, cette baie possède des écosystèmes particuliers des mers tropicales comme les récifs de coraux, les mangroves, les tapis d'algues marines, les petites grottes où nichent les hirondelles, les estuaires et les bois dans les îles rocheuses, etc (Réserve de la baie de Nha Trang, 2010). Elle comporte 19 îles dont cinq sont en ce moment utilisées à des fins touristiques : Hon Tre, Hon Tam, Hon Mun, Hon Mot et Hon Mieu. Par rapport aux autres îles de la baie de Nha Trang, leurs particularités consistent dans leur superficie assez grande, leur facilité d'accès et leurs écosystèmes variés.



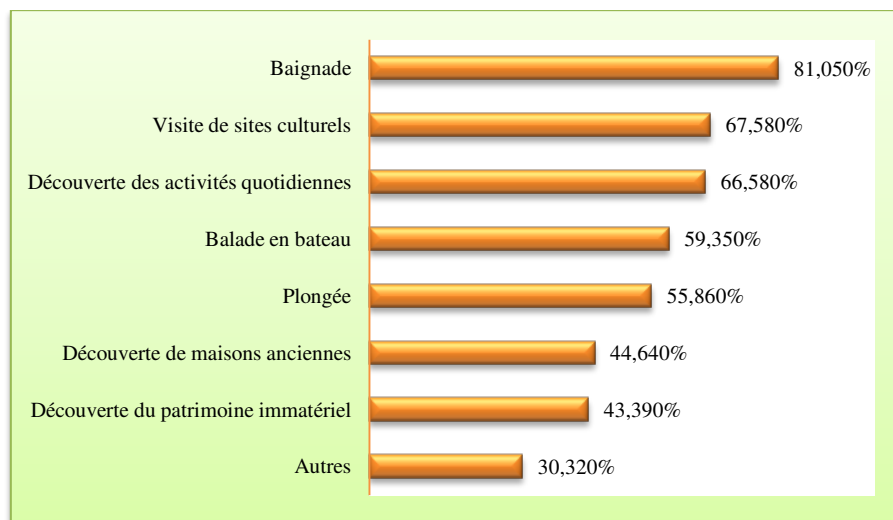
Photographie 4. La baie de Nha Trang et ses îles.



Source : Réserve de la baie de Nha Trang (2011)

Le résultat de nos questionnaires auprès des touristes confirme encore une fois l'image de marque de la baie de Nha Trang. En effet, plus de trois-quart des touristes font de la baignade. Les deux autres pratiques touristiques préférées par les touristes sont liées à la balade en bateau (59,35%) et à la plongée (55,86%) comme le montre le graphique 1 suivant.

Graphique 1. Les pratiques touristiques principales fréquentées par les touristes à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (2010)

### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Par contre, bien qu'étant toutes situées dans la baie de Nha Trang, ces îles n'ont pas le même niveau d'attractivité pour les touristes. Celui-ci change en fonction de leur motivation et de leur budget. Afin de mieux comprendre les particularités de chaque île, nous allons décrire leur typologie.

#### **Hon Tre et Hon Tam, deux exemples d'annexion privée : loisirs et hôtelleries de luxe**

L'île tropicale présente toujours l'archétype du site touristique recherché. Elle s'inscrit dans la discontinuité spatiale garantissant le dépaysement. En offrant des plages, des mers rêvées, des lagons coralliens, des ombres providentielles sous une végétation luxuriante, des montagnes sauvages, des panoramas grandioses, des cascades rafraîchissantes, elle constitue un terrain idéal pour donner corps à la résurrection du «bon sauvage» (Dewailly, J.M. et Flament, E., 1993). Avec une superficie de 32.5 km<sup>2</sup>, comparable à celle de la ville de Nha Trang proprement dite, Hon Tre possède les mêmes particularités que la terre ferme (Institut de l'architecture, de la planification urbaine et rurale, 2008). Les montagnes avec les sommets de 200 m à 400 m et même à 480 m, une plage naturelle avec la pureté de l'eau, du sable, sont vraiment une ressource touristique précieuse au sein de la baie de Nha Trang. Située au centre de la baie de Nha Trang, cette île possède une relation privilégiée avec la ville de Nha Trang et les autres îles aux alentours comme Hon Mun, Hon Tam, Hon Mot, etc. Depuis 2001, un hôtel de 5 étoiles avec 485 chambres, un parc aquatique de 60 000 m<sup>2</sup>, un aquarium, etc. y sont installés sous le nom de «Vinpearl Land». C'est-à-dire la perle du Vietnam. Selon les statistiques obtenues<sup>13</sup>, c'est Vinpearl Land qui attire le maximum de touristes venant à Nha Trang (910 000 visiteurs en 2010).

Située au Sud de la baie de Nha Trang, Hon Tam garde encore une nature sauvage avec une forêt tropicale verdoyante, une longue plage. Elle est un lieu touristique écologique maritime intéressant. Une série d'activités s'y développent telles que la plongée, le parachute ascensionnel, le kayak, l'escalade, etc. Actuellement, l'exploitation de l'île Hon Tam appartient à l'entreprise touristique Hon Tam qui vient d'ouvrir un hôtel de 5 étoiles et une exploitation de ballon ascensionnel pour visiter la baie de Nha Trang. Par rapport à Vinpearl Land, ses activités et son hébergement sont plus récents. Hon Tam reçoit moins de touristes (50 000 visiteurs en 2010)<sup>14</sup>.

Nous constatons que la plupart des produits écotouristiques ne sont pas conformes à leurs principes comme le cas de l'écoresort Hon Tam. En effet, selon Gagnon et Lapointe

<sup>13</sup> Source : Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa en 2011.

<sup>14</sup> Ibid.

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

(2006) cité dans Leroux (2009), l'écotourisme se distingue par quatre méta-principes : la valorisation de la conservation de l'environnement, la contribution équitable au développement touristique, la prise en compte et réponse aux besoins des communautés hôtes ainsi que la génération d'une expérience touristique nouvelle authentique et responsable. Dans les projets nommés «écotourismes» locaux manquent les principes liés à l'éducation environnementale, la protection du site et la participation active de la population locale (Pham, 2007). En effet, en parlant des «villages maritimes», on pense à l'espace aux bateaux et aux quais ainsi que les mœurs et les coutumes de la population locale. Pourtant, plusieurs investisseurs ont emprunté ce nom de «village maritime» pour le donner à leurs projets touristiques. En réalité, ils sont construits tout à fait à l'écart de la population locale (Bao Chan, 2008) comme le montre la photo 5.

Photographie 5. «Ecoresort» Hon Tam, exemple de l'écotourisme à l'écart des résidents.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

En ce moment, Vinpearl Land et Hon Tam Ecoresort deviennent des comptoirs touristiques uniques dans la baie de Nha Trang, caractérisés par l'isolement, la fermeture relative, la simplicité du jeu d'acteurs, l'existence d'une clôture physique visible et manifeste (barrières d'entrée, contrôle, conditions spécifiques de séjour à l'intérieur) au sein duquel la fonction d'hébergement est essentielle. Aucune population permanente n'y réside. La location de chambres s'élève à plus de 100 euros par nuit. Une visite à forfait est proposée aux touristes (transports, hébergements, restaurations, soins esthétiques, loisirs, etc.). Ceci représente un monopole privé sur les deux îles ayant le potentiel le plus important de la baie de Nha Trang. Pour les visiteurs, les tickets d'entrée pour accéder aux jeux à ces deux comptoirs sont chers par rapport au niveau de vie des Vietnamiens (10 euros pour Vinpearl Land et 13 euros pour HonTam Ecoresort). Le tourisme d'affaire s'y développe de plus en

### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

plus. Presque toutes les conférences au niveau national et international, organisées à Nha Trang, se sont déroulées dans ces deux comptoirs touristiques.

Photographie 6. Vinpearl Land, exemple de comptoir touristique dans la baie de Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

### **Hon Mun, paradis de plongée en voie de dégradation**

«Mun» signifie noir en vietnamien. Ce nom fut donné à cette île car les roches y sont spécialement noires, comme l'ébène. En ce moment, Hon Mun est le lieu qui attire le plus les touristes voulant pratiquer la plongée et faire des promenades en bateau à fond de verre dans la baie de Nha Trang (60 000 visiteurs en 2010)<sup>15</sup>. Cela s'explique par la couverture des coraux durs et mous, la densité des poissons de récif de corail et celle des invertébrés de grande taille. En effet, le niveau de couverture par des coraux durs et mous atteint plus de 30% au Nord – Ouest et au Sud – Ouest de Hon Mun contre de 10% à 20% dans les autres îles. La densité de poissons de récif de corail était en moyenne 127 unités/100m<sup>2</sup> dont la plus forte se trouve au Nord – Ouest et au Sud – Ouest de Hon Mun (180 unités/100m<sup>2</sup>). La densité moyenne des invertébrés de grande taille y était plus élevée qu'à Hon Mieu (Nguyen et al., 2008).

---

<sup>15</sup> Source : Réserve de la baie de Nha Trang en 2010.

*Partie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Photographie 7. Hon Mun, exemple de paradis de plongée de la baie de Nha Trang.



Source : Réserve de la baie de Nha Trang (2005)

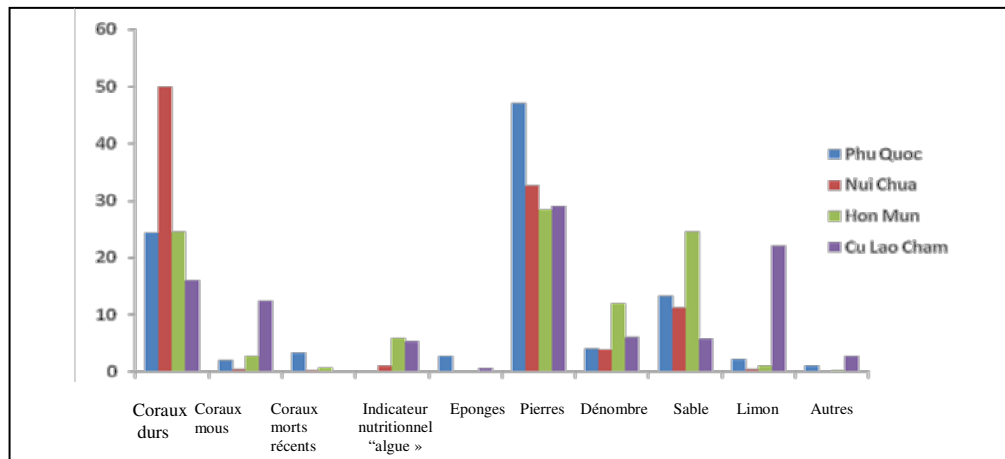
En ce moment, la visite des coraux en plongée est une des activités touristiques préférées des touristes internationaux dans la baie de Nha Trang. Cette dernière fait de la baie de Nha Trang une destination spécialisée par rapport aux autres destinations touristiques du Vietnam. Hon Mun subit cependant une dégradation croissante due aux activités économiques : pêche, tourisme, transport, construction, etc. depuis quelques années. Récemment, en regardant ce graphique ci – dessous, nous remarquons que l'indicateur nutritif d'algues à Hon Mun est légèrement trop élevé, ce qui suggère que les eaux autour de cette île souffrent d'un afflux de pollution par les nutriments, peut-être de l'inadéquation des systèmes de traitement des eaux usées (Hon Mun - zone touristique)<sup>16</sup>. *«Le fait que Hon Mun connaît les indicateurs nutritifs des algues élevés cause les effets nuisibles pour les récifs coralliens. Cela influence leur santé. En même temps, le pourcentage des coraux cassés et du sable est le plus élevé par rapport aux trois autres îles (Phu Quoc, Cu Lao Cham et Nui Chua). Cela est peut-être révélateur du nombre élevé de plongeurs de loisirs dans cette région»*<sup>17</sup>.

<sup>16</sup>Source : Rapport de la Réserve de la baie de Nha Trang (2010).

<sup>17</sup>Source : Information obtenue lors de notre entretien téléphonique avec le directeur de la Réserve de la baie de Nha Trang en avril 2011.

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Graphique 2. Le pourcentage moyen de couverture du type de substrat enregistrée dans les 20 mètres à chaque île en 2010.



Source : Composant sur les moyens de subsistance durable à l'intérieur et autour des réserves marines (Réserve de la baie de Nha Trang) en 2010

### **Hon Mieu, Hon Mot, une destination des loisirs nautiques à prix modéré en voie de privatisation**

Hon Mieu et Hon Mot possède des caractères communs. Ces deux îles abritent encore des populations locales. Les loisirs nautiques sont mis en place de l'autre côté de l'île sans avoir des contacts directs avec les résidents. Comme défini par MIT (2002), ces deux sites sont des lieux dans lequel les touristes passent, mais ne séjournent pas. Pourtant, ces îles sont déjà en partie ou totalement défigurées par le tourisme.

Hon Mieu n'a pas la même envergure que Hon Tre mais son relief est varié, avec des vallées aux fonds assez plats. On y trouve un village de pêcheurs dans un beau décor naturel. Les touristes peuvent y visiter l'aquarium Tri Nguyen, un lac artificiel gagné sur la mer. Il est séparé de la mer par de petites digues en pierre. Des centaines d'espèces de poissons rares et précieux y sont élevés. Cette île est également connue pour les plages artificielles de Bai San, Bai Mini, Bai Tranh qui ont été aménagées pour le tourisme par les investisseurs privées. Les touristes peuvent y pratiquer des jeux nautiques : jetsky, parachute ascensionnel...

Hon Mot jouit des nombreux avantages naturels propres à la baie de Nha Trang. La biodiversité terrestre y est encore inexploitée mais les fonds coralliens et la biodiversité marine en font l'attraction. Comme à Hon Mieu, les investisseurs ont fait construire un embarcadère pour les bateaux de touristes qui s'arrêtent ici essentiellement pour faire des promenades en bateau-panier à fond en verre et pratiquer des jeux nautiques.

*Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Photographie 8. Hon Mot, exemple de pratiques touristiques au prix modéré.



Source : Réserve de la baie de Nha Trang (2009)

Contrairement à Vinpearl Land et Hon Tam, les touristes peuvent accéder à Hon Mot et Hon Mieu transportés par les bateaux appartenant aux populations locales non liés aux propriétaires de l'île. Ils paient leur bateau à part. Une fois sur place, ils paient les pratiques touristiques qu'ils font selon leur choix. Lors de notre étude de terrain, nous avons constaté que les animations sont d'une grande banalité. Nous prenons le programme de visite des îles comme exemple. Les bateaux des agences de voyage conduisent les touristes sur deux îles dans la baie de Nha Trang. Ils prennent du vin à bord et déjeunent dans le bateau, participent à un spectacle musical avec leurs fourchettes, cuillères, ou assiettes comme instruments de musique. Certains touristes montent sur une scène faite à partir des bancs dans le bateau pour chanter des chansons en français, en anglais, en vietnamien avec le guide du groupe.

## ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Photographie 9. Programme de visite de «quatre îles», exemple d'une grande banalité des pratiques touristiques dans la baie de Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010) et HUYNH Duc Thuan (Avril 2011)

### ***Hon Chong, une légende amoureuse rocheuse***

Située au nord de la ville de Nha Trang, «Chong» signifie «mari» en vietnamien. Il s'agit d'un complexe de gros blocs de pierre avec toutes sortes de formes empilées, où les visiteurs peuvent pratiquer la promenade, la baignade, l'escalade tout en regardant la baie de Nha Trang et en imaginant l'histoire d'amour liée à la Montagne de la Fée, en face. Un groupe de petits sommets, situé dans les collines à l'Est est connu sous le nom de l'épouse de l'Hon Chong, leur forme évoquant une femme allongée dont la chevelure tomberait dans la mer. Juste à droite de Hon Chong, se trouve Hon Do, une petite île comme une sorte de minuscule Mont Saint Michel NhaTrangais où les visiteurs peuvent accéder à pied à marée basse ou en bateau à marée haute. Les sites Hon Chong et Hon Do font partie du patrimoine national depuis 1999 par le Ministre de la Culture, des Sports et du Tourisme. En ce moment, la mise en tourisme de ce site est assurée par le Centre de réserve du patrimoine et du paysage de Khanh Hoa. En 2010, avec les temples de Po Nagar, ces deux sites ont reçu 722 000 visiteurs<sup>18</sup>

### **Plage de Nha Trang, la Baule Vietnamienne**

La baie de Nha Trang possède de très belles plages dont la plus longue, celle de Nha Trang proprement dit, qui s'étend en arc de cercle sur près de sept kilomètres le long de la

<sup>18</sup> Source : Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa en 2011.



### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

côte, longée de bout en bout par le célèbre boulevard «Tran Phu», front de mer séparant la ville du bord de mer. L'accès à la plage est permis par des escaliers régulièrement répartis sur toute la longueur du front de mer.

Historiquement, Nha Trang ne doit pas sa fonction touristique à sa plage. Pourtant, avec l'engouement pour la mer et les activités de plein air, celle-ci s'affirme de plus en plus comme une composante majeure du système touristique local et un élément fort de l'espace urbain. La plage est fréquentée toute l'année. En plus des touristes, elle accueille massivement la population résidante. Baigneurs, adeptes du «farniente» et des bains de soleil, pêcheurs, promeneurs, pique-niqueurs, etc. se côtoient ou s'y succèdent selon les moments de la journée. Pendant la saison estivale, de nombreuses activités y sont proposées (concours de chant, jeux d'échec, cerfs volants, etc.). La diversité, la quantité des services et les activités proposées font de la plage un espace très vivant. Les usagers sont divers. Mais nous ne disposons d'aucune information sur leur nombre effectif, ni leur variation dans le temps et dans l'espace. La plage de Nha Trang est aussi renommée grâce à ses multiples parcs dans lesquels on peut se promener. Ils sont simples et romantiques. On peut y admirer de vénérables filaos taillés en formes géométriques.

Photographie 10. Plage de Nha Trang, exemple d'une des plages très connues à Nha Trang.



Source : TRUONG Kinh (2004)

#### **2.1.2. Des vestiges Cham indianisants aux sites touristiques religieux**

Conçus à l'origine pour le culte, les temples «Po Nagar», la pagode «Long Son» et la cathédrale «Nui» sont devenus les sites religieux les plus visités par les touristes à Nha Trang. Ces trois sites sont proches l'un de l'autre. Situés sur une petite colline de 20 mètres de haut à côté de l'embouchure du fleuve Cai, au Nord de la ville Nha Trang, créés entre le

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

VIIe et le XIIe siècle, les temples de Po Nagar sont dédiés à la déesse Yan Po Nagar, fondatrice légendaire du Champa<sup>19</sup>, plus tard identifiée aux déesses hindoues Bhagavati et Mahishasuramardini, et qui est appelée en vietnamien Thiên Y Thánh Mẫu. Construits en brique de grande taille, d'une couleur rouge foncé, ces temples sont décorés de remarquables sculptures sur pierre et sur brique où se devine l'influence indienne, comme des bas-reliefs représentant des scènes illustrant la vie de saints ermites brahmaniques. Ils se composent de tours très rapprochées à plusieurs étages (Bouault, J., 1930). Vu leur valeur historique et architecturale, ils sont classés au patrimoine national depuis 1979. Ce site est également placé sous gestion étatique, celle du Centre de préservation du patrimoine et du paysage de Khanh Hoa.

Un autre site religieux très connu à Nha Trang est la pagode Long Son qui est une construction close, bâtie à l'écart, consacrée à la vie future et aux rites de la mort. Elle est signalée de loin par la statue d'un bouddha de 19 mètres de haut, assis sur une colline à l'ouest de la ville. À ses pieds sont disposés les portraits de moines et de bonnes qui se sont immolés par le feu pour lutter contre les politiques antibouddhistes et la dictature du régime de Ngo Dinh Nhim, chef de la République du Vietnam de 1954 à 1963. Construite en 1889, cette pagode a subi deux restaurations et embellissements, une 1<sup>ère</sup> fois en 1940 et une seconde en 1971. Elle est aussi le siège de l'association des bouddhistes de la province Khanh Hoa.

A côté de ces cultes "autochtones", il ne faut pas oublier le catholicisme qui fut propagé dans le Centre Viêt Nam depuis le XVII<sup>e</sup> siècle par les missionnaires jésuites, et ensuite par ceux des Missions Etrangères de Paris (Le, 2005). Au centre de la ville, la cathédrale dresse une curieuse flèche néogothique revisitée Arts déco (Bibliothèque du voyageur, 2008). Sa construction a démarré en 1928 et s'est achevée en 1934 suivant l'architecture occidentale.

#### **2.1.3. L'éveil du thermalisme**

À Nha Trang, le centre de la source thermale «Thap Ba» a été construit en 2001. Située à environ quatre kilomètres au Nord du Centre de la ville de Nha Trang et derrière les temples de Po Nagar, elle est devenue un comptoir touristique qui attire plus de 450 000 personnes par an en 2010<sup>20</sup>. Il propose des services diversifiés : bains de boue, bains de fleurs, bains d'herbes médicinales, piscine d'eau minérale chaude, massages thérapeutiques, etc. À part ce centre d'assez grande envergure, les grands hôtels de Nha Trang comme Vinpearl, Sunrise,

<sup>19</sup> Le Champa fut envahi par les Viets en 1427.

<sup>20</sup> <http://vietnam.vnnet.vn/VNP/fr-FR/13/34/34/20023/Default.aspx>, page consultée le 15 avril 2011.

### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Ana Mandara, Quoc te, etc. offrent également des services de soins à leurs clientèle : sauna, massage, spa, etc.

Débuté en Amérique du Sud avec des agences et tour-opérateurs exclusivement spécialisés, le tourisme médical (aussi appelé tourisme de santé, tourisme hospitalier) est une nouvelle tendance du monde, en pleine croissance, dont le but est de proposer aux patients des formules «2 en 1» comprenant à la fois l'acte médical et le séjour de détente (Kalfon, 2009). Les eaux thermales suscitent le voyage grâce à leurs vertus thérapeutiques. Les pratiques thermales deviennent de plus en plus répandues sur tous les continents (Dewailly, J.M. et Flament, E., 1993).

#### **2.1.4. Des musées nécessitant un renouveau**

A Nha Trang, on compte trois musées dont deux sont ouverts tous les jours et un troisième qui fonctionne occasionnellement.

Le musée le plus visité par les touristes à Nha Trang est le musée océanographique. Il est également classé parmi les musées les plus fréquentés du Vietnam en 2008 (277 580 visiteurs). Situé près du port des paquebots et de l'embarcadère touristique au sud de la ville, il dépend de l'institut océanographique. Créé en 1923, ce dernier institut était un des premiers centres de recherche scientifique au Vietnam. On y conserve un grand nombre de spécimens et on y mène les travaux de recherche les plus importants de l'Asie du Sud. Son musée est en passe de devenir un centre d'exposition pour présenter de façon éducative la tradition de conquête, d'exploitation et de préservation de la mer des Vietnamiens. C'est vraiment un héritage culturel maritime très précieux, car il n'est pas seulement un lieu touristique mais aussi un centre de recherche.

Le deuxième musée, Yersin, est localisé dans une superficie modeste comportant deux petites chambres au sein de l'institut Pasteur. Il permet de découvrir toutes les étapes de la vie du fondateur, le docteur Yersin<sup>21</sup> depuis son enfance en Suisse jusqu'à sa mort à Nha Trang en 1943, de regarder tous ses livres, ses objets personnels, ses instruments de laboratoire, etc. En 2010, ce musée a reçu environ 4000 visiteurs<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> Alexandre Emile Jean Yersin est un bactériologiste franco-suisse, né à Aubonne dans le Canton de Vaud le 22 septembre 1863 et mort à Nha Trang le 28 février 1943. Il a découvert le bacille de la peste.

<sup>22</sup> Source : Musée Yersin (Nha Trang).

### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Placé sous la direction du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, le troisième musée, portant le nom de la province en question, abrite plus de 10.000 objets anciens et 5000 documents photographiques des périodes de résistance. Cependant, sous prétexte de rénovation, ce musée est fermé au public depuis une dizaine d'années. Son ouverture s'est faite occasionnellement, souvent à l'occasion des festivals de la mer<sup>23</sup> ou de grandes fêtes nationales.

En général, placés sous gestion étatique, les musées à Nha Trang souffrent de monotonie, du manque d'innovation dans l'exposition des objets. Il n'y a pas de nouveauté dans ces trois musées d'une année à l'autre. Il manque à Nha Trang des musées permanents qui présente des vestiges et des objets archéologiques de la province de Khanh Hoa en général et de la ville de Nha Trang en particulier aux touristes. Nous pensons que la très faible densité de musées et le manque du professionnalisme représentent également une limite à l'enrichissement des pratiques touristiques locales. «*Ceci est une des lacunes du tourisme à Nha Trang*» comme disait l'ex vice – directeur du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa<sup>24</sup>.

#### **2.1.5. Un tourisme fluvial et culturel plein de charme mais peu développé**

Le tourisme fluvial concerne et met en symbiose trois espaces géographiques bien identifiés comme le fleuve ou le canal, le bord de la voie d'eau ainsi que le pays avoisinant (Damien, M.-M., 2001). La ville de Nha Trang est traversée par deux fleuves au centre et au sud : «Cái» et «Quán Trường» qui jouent un rôle important dans l'ensemble du paysage de la baie Nha Trang.

Le fleuve «Cái», après quelques méandres et une zone marécageuse où il se divise en de nombreux bras, se jette finalement dans la mer de l'Est par un petit estuaire au nord de Nha Trang. Cet estuaire sert de port aux bateaux de pêche. Le fleuve «Quán Trường», situé au Sud, possède par contre un vaste estuaire de trois à quatre km de long qui alimente par ses eaux saumâtres une zone de mangrove intérieure. Cette mangrove est fortement menacée par le développement anarchique des élevages de crevettes.

---

<sup>23</sup> Le festival de la mer est organisé tous les deux ans.

<sup>24</sup> Source : Entretien avec le vice-directeur du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa le 28.10.2009.

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

En regardant les brochures des agences de voyages, nous apprenons qu'elles proposent en ce moment du tourisme fluvial sur le fleuve «Cái». Il s'agit principalement de faire découvrir les paysages ruraux en arrière de la ville de Nha Trang, en particulier l'ancien village de Phu Vinh (quartier Vinh Thanh) en bateaux de promenade, sans restauration à bord, complétant par la suite des circuits de découverte de la campagne par les visites des fabriques spécialisées dans les métiers traditionnels, l'ancienne maison de M. Hai<sup>25</sup>, les rizières, etc. à vélo ou à cheval.

Pourtant, nous constatons que certains éléments du patrimoine culturel sont surexploités mais font paradoxalement l'objet d'une moindre restauration comme le cas de l'ancienne maison de M. Hai. Les autres patrimoines restent encore sous forme de potentiel touristique comme les cas des *chùa* (*pagodes*), des *dinh* (*maisons communes*), des *dên* (*temples*), etc. (Boiron, 2007) ou bien la vie réelle des villageois, caractérisée par les puits, les arbres centenaires... En effet, le patrimoine rural est ce que le milieu rural a hérité de son territoire. Les traditions transmises de génération en génération, ont un rôle symbolique, identitaire, souvent spectaculaire, parfois un peu mystérieux pour les «étrangers» (Huu Ngoc, 2010). Pour le milieu rural, l'eau est porteuse d'un potentiel ludique largement fondateur du tourisme vert, car elle est à la fois une composante dominante du cadre paysager ainsi qu'un support d'activités récréatives multiples (Béteille, 1996). Connue comme un pays de grande humidité mais de fortes chaleurs, malgré de nombreux cours d'eau, lacs et étangs, le puits s'est toujours avéré une nécessité et est ancré dans nos traditions. Chaque village, notamment à Nha Trang, possède devant la maison commune et la pagode un puits sacré<sup>26</sup> dont l'eau sert comme offrande rituelle, ou aux ablutions des statues de génies et de Bouddha, ou comme boisson recherchée souvent par les amateurs de thé.

Au Vietnam, une vie plus stable et l'aisance relative consécutive à la politique de renouveau «Đổi mới» en 1986 ainsi que le désir de panser les blessures morales des saisons amères poussent les gens à installer ou restaurer les autels, à multiplier les visites de tombeaux et les occasions de cultes. Depuis une décennie, le Vietnam connaît un retour à la spiritualité qui se manifeste par une certaine renaissance religieuse, en particulier un renouveau du culte des ancêtres. Cette dernière pratique plongeant ses

---

<sup>25</sup> Construite par un médecin traditionnel vietnamien, cette maison datant plus de 200 ans abrite six générations. Initialement édifiée non pour le but touristique, cette dernière devient depuis quelques années un site touristique incontournable. Les touristes peuvent visiter cet ancien édifice en parlant au propriétaire, en buvant du thé vert et en mangeant des fruits dans son jardin en échange des tickets d'entrée.

<sup>26</sup> Le puits représente une valeur de symbole, revêtant souvent un caractère sacré dans les croyances populaires. Il évoque non seulement le mystère, l'abîme, l'enfer, le séjour des morts mais aussi la vie et son origine, l'abondance mais aussi le savoir et la profondeur. Selon certaines anciennes cosmogonies, il est la synthèse des trois composantes de l'univers (eau, terre, air) et des trois mondes (ciel, terre, enfer).

*Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

racines dans le subconscient collectif de l'ethnie Viet<sup>27</sup> a été mise en veilleuse par les dures conditions de trente années de guerre et une vague conception du matérialisme athée (Huu Ngoc, 2008).

Participant du même renouveau des croyances, la fête de Po Nagar connaît son plein essor depuis une dizaine d'années à Nha Trang. Classée parmi les vingt plus grandes fêtes et organisée au niveau national, elle se déroule du 20 au 23 du mois de mars lunaire, aux temples Po Nagar. Cette fête attire non seulement des touristes, des résidents mais aussi des pèlerins y compris d'autres ethnies comme les Chams, les Chinois, les Khmers<sup>28</sup> venant des autres provinces du Vietnam. C'est une grande fête religieuse<sup>29</sup> pour honorer la mère créatrice du pays qui a découvert le riz et a enseigné la riziculture à la population.

Photographie 11. Fête Po Nagar, exemple d'une grande fête religieuse à Nha Trang.



Source : Tuoi tre.vn (2006)

Parallèlement à la fête de Po Nagar, d'autres fêtes religieuses sont organisées au sein de chaque religion. Cependant, quelques-unes dépassent la barrière de leur religion et ont une grande influence sur la vie des résidents comme Noël, Phat Dan et Vu Lan (bouddhistes) ainsi que la fête du Nouvel An Chinois. Ayant plus de 350 ans de fondation, Nha Trang possède

<sup>27</sup> Groupe ethnique majoritaire du Vietnam.

<sup>28</sup> Une des 54 minorités ethniques du Vietnam.

<sup>29</sup> Les rites comprennent le bain, le changement des vêtements de la mère en question, les courses de barques et le théâtre du soir.

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

des fêtes traditionnelles, des villages de métiers traditionnels, des danses, des chants, etc. Parmi lesquels nous pouvons citer : la fête de la Baleine «Cau Ngu»<sup>30</sup>, le village des potiers, la fabrication du Nuoc mam<sup>31</sup>, des objets d'art en coquillage<sup>32</sup>, etc.

Pourtant, à part des activités organisées occasionnelles que nous venons de citer, nous remarquons que les «éléments» culturelles immatériel de la ville de Nha Trang se perdent peu à peu. Dans le but de mieux satisfaire les touristes, certaines grandes entreprises touristiques font venir des acteurs pour présenter quelques scènes musicales traditionnelles. En revanche, le nombre de ces représentations reste très limité et peut seulement toucher un petit nombre de touristes. Nous prenons le «hat boi» (chant traditionnel) comme exemple. Ce chant est présenté aux touristes dans les grands hôtels. En réalité, il ne se perd pas vraiment puisqu'on continue de le chanter mais il perd son esprit originel, ses racines populaires. Il est détourné (Boiron, 2007).

### **2.2. Produits-souvenirs, manque de produits «phare»**

Etant un détonateur du tourisme, le shopping fait partie de l'offre touristique. Cette activité permet également d'augmenter les revenus liés au tourisme local. Pourtant, en comparant avec d'autres villes ou provinces du pays comme Hoi An (Quang Nam), Hue, Da Nang, etc., les dépenses des touristes sont encore basses à Nha Trang. Par exemple, le niveau de dépense des touristes à Nha Trang était de 63,4 dollars par jour, ce qui était inférieur à la moyenne nationale (76,4 dollars par jour). Les dépenses réservées aux achats de marchandises en particulier restaient très limitées (7.4 dollars par jour) (Bureau de Statistiques National, 2005). Ceci pourrait s'expliquer par le fait que les centres commerciaux à fin touristique ne sont pas nombreux à Nha Trang. Dans toute la ville, il en existe seulement deux : le marché Dam<sup>33</sup> et le supermarché Maximart. Le premier est le plus grand marché de la ville. Par contre, ce marché n'a aucune typicité architecturale. Les visiteurs y sont immergés dans une foule bruyante. En ce moment, on compte environ 1.150 petits commerçants vendant des souvenirs tels que chaînes, colliers, chapeaux, costumes traditionnel, denrées alimentaires

---

<sup>30</sup> Les pêcheurs honorent la baleine qu'ils considèrent comme le Saint suprême qui les sauve dans leurs détresses en mer. Le jour de son organisation et son niveau d'importance diffère d'une île à l'autre. Ayant des rames à la main, les chanteurs dansent suivant le rythme du tambour. Ils chantent les chansons traditionnelles liées au travail dur des pêcheurs en mer.

<sup>31</sup> 80% des habitants du quartier Vinh Truong, soit 600 personnes, se consacrent à la fabrication traditionnelle du «Nuoc mam» avec des anchois et des maquereaux.

<sup>32</sup> Datant des années 1960, ce métier est très varié, utilisant plusieurs sortes de coquillages adaptés à chaque création d'ornements. Actuellement, ce métier traditionnel est encore pratiqué par quelques familles de Cau Da (quartier Vinh Nguyen).

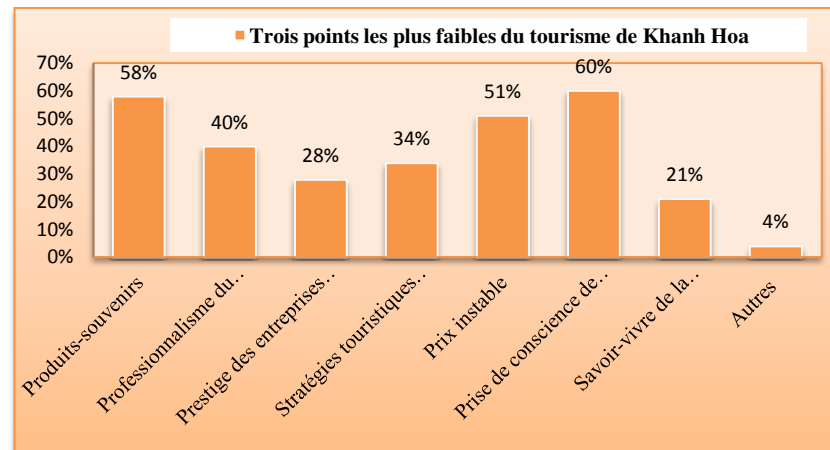
<sup>33</sup> Le nom «Dam» provient de l'ancien marais de 7 hectares qui communiquait avec l'embouchure de la rivière Cai au pied du pont Ha Ra. Ce marais est remblayé de nos jours.

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

frais ou secs comme poissons, crevettes, calmars, huîtres pêchés ou élevés ainsi que des fruits du pays (mangues, fruits de dragon vert, mangoustan, durions, etc.). Tandis que le deuxième répond plutôt aux besoins en aliments, en habits et en jeux enfantins. En dehors de ces deux centres commerciaux, les touristes peuvent aussi faire des achats dans les petits magasins, situés partout à Nha Trang (près du marché Dam, aux quartiers Loc Tho, Van Thanh, Xuong Huan, etc.)

La deuxième raison porte sur le manque de produits-souvenirs typiques locaux comme le souligne les entreprises touristiques. En effet, en regardant le graphique 3 ci-dessous, nous remarquons que parmi les points les plus faibles du tourisme de Khanh Hoa, les produits-souvenirs se trouvent en 2<sup>e</sup> rang après la prise de conscience de la population locale.

Graphique 3. Les trois points les plus faibles du tourisme de Khanh Hoa selon les entreprises touristiques.



Source : VO SANG ( 2010)

Ce constat est bien confirmé par notre recherche. Selon nos questionnaires auprès des touristes, plus de la moitié de touristes achètent les produits du terroir (fruits de mer séchés, Nuoc Man<sup>34</sup>, nid de salangane<sup>35</sup>, etc.); 49,88% des souvenirs en rapport avec la mer (coquillages, sable, coraux, etc.) ; 44,64 % des produits artisanaux (objets en bois, en bronze, en sable, etc.), comme le montre le graphique 4 ci-joint.

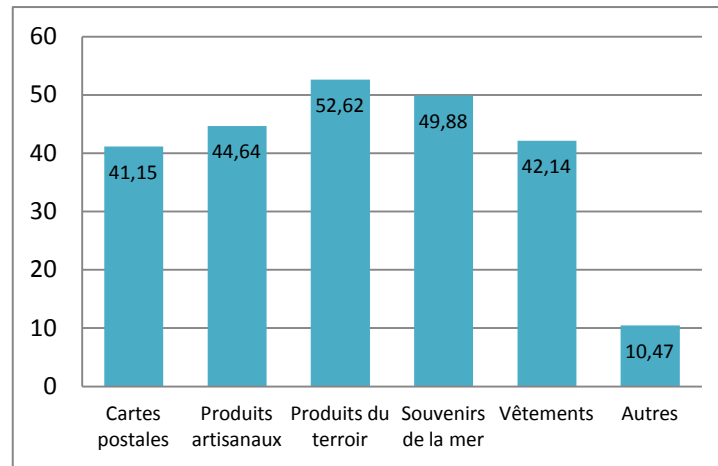
<sup>34</sup> Une sauce de poisson courante dans les repas des Vietnamiens.

<sup>35</sup> Il s'agit du produit naturel issu de la salive des hirondelles, très réputés en gastronomie. Ce produit nomme l'«or blanc», car ça coûte très cher.



***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Graphique 4. Produits-souvenirs achetés par les touristes lors de leur séjour à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Cette perception s'explique par l'ubiquité des objets d'artisanat sans âme comme disent certaines entreprises : *«jusqu'à présent, nous ne connaissons pas quels sont les produits touristiques principaux de Nha Trang»* (Vo Sang, 2010). En effet, étant une ville balnéaire, il est facile de trouver un grand nombre de souvenirs confectionnés à base de coraux, de coquillages, d'écaïlle de tortue, etc. à Nha Trang. Mais d'une part, l'exploitation de ces matières premières contribue à la destruction de l'environnement, et d'autre part, les produits souvenirs caractéristiques de la localité sont peu nombreux, comme le sont par exemple les porte-clefs en forme de Tour Eiffel en France ou de lion à Singapour. Et surtout, la plupart ne sont pas utilisables dans la vie quotidienne. Donc ils ne se vendent pas bien. Prenons un exemple : les Vietnamiens peuvent acheter des produits du terroir pour faire un cadeau. Ces types de souvenirs ne sont pas toujours du goût des touristes internationaux. En revanche, ils peuvent acheter les broderies de soie, les vêtements en soie et des tableaux de peintres locaux. Cependant, restant en nombre et qualité limités, ces produits ne sont pas typiques de la ville de Nha Trang. Les touristes peuvent les acheter partout au Vietnam et peut être avec de prix moins chers comme à Hanoi, Hoi An et Ho-Chi-Minh-Ville (Vo Sang, 2010).

De plus, on assiste depuis quelques décennies à la production et la diffusion d'un art dit «touristique» (Boiron, 2007). En effet, beaucoup de touristes cherchent à ramener des produits-souvenirs locaux à la fin de leur voyage. Les objets faciles à transporter et légers sont privilégiés. Cette demande a donc généré la production d'un art particulier, composé de poupées, d'objets peints, de bijoux produits artisanalement mais en série. Ce genre d'artisanat est destiné à un marché et un tourisme populaire. Le sens premier des objets, leur authenticité devient secondaire. L'aspect économique prend le pas sur les valeurs spirituelles et culturelles

### *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

originellement portées par ses objets. Prenons comme exemple les travaux de tissage effectués par les minorités ethniques. Certains de ces tissages nécessitent beauco

, le tissage des vêtements était un critère de sélection lors du choix des époux. Les femmes travaillaient à la confection de leur robe de mariage pendant plusieurs années. Elles étaient jugées sur leur habileté au tissage, les valeurs esthétiques des motifs... Aujourd'hui, les femmes préfèrent partir au travail dans des usines de confection où elles tissent des costumes traditionnels afin de les vendre aux touristes. L'art du tissage perd sa signification. Les vêtements sont produits en série et tendent à devenir une marchandise pour le marché extérieur. De plus, la plupart de ces tisserands sont peu payés par les marchands qui vendent ces textiles aux touristes. Avec le temps, faute de rétribution suffisante, ces artisans cesseront leur travail et leur art disparaîtra (Boiron, 2007).

### **2.3. Equipements touristiques mal répartis**

Les équipements touristiques de base sont un élément primordial du produit touristique. Ils contribuent à proposer des produits ou des centres d'intérêt touristiques originaux et attractifs, ce qui est considéré comme un des critères importants dans le choix des touristes. Comprenant la restauration, les installations sportives, les lieux de distraction, les moyens de transport et les autres services touristiques qui jouent tous un rôle dans la qualité perçue du séjour, ils participent pleinement à l'élaboration de l'image d'un site touristique en lui octroyant son éventuelle singularité, voire sa typicité.

La carte 6 suivante permet d'appréhender le déploiement spatial du tourisme à Nha Trang portant sur des équipements touristiques. En regardant l'ensemble de cette carte, nous constatons une polarisation, notamment, qui se caractérise par une concentration dans les quartiers urbains littoraux au centre ville<sup>36</sup> où se trouve la majeure partie d'équipements touristiques qu'ils possèdent. En particulier, nous y remarquons un grand nombre d'hôtels et de restaurants. Cette explosion semble correspondre à l'accentuation de dépenses des touristes. En effet, les objectifs des touristes à Nha Trang sont classés par ordre prioritaire :

---

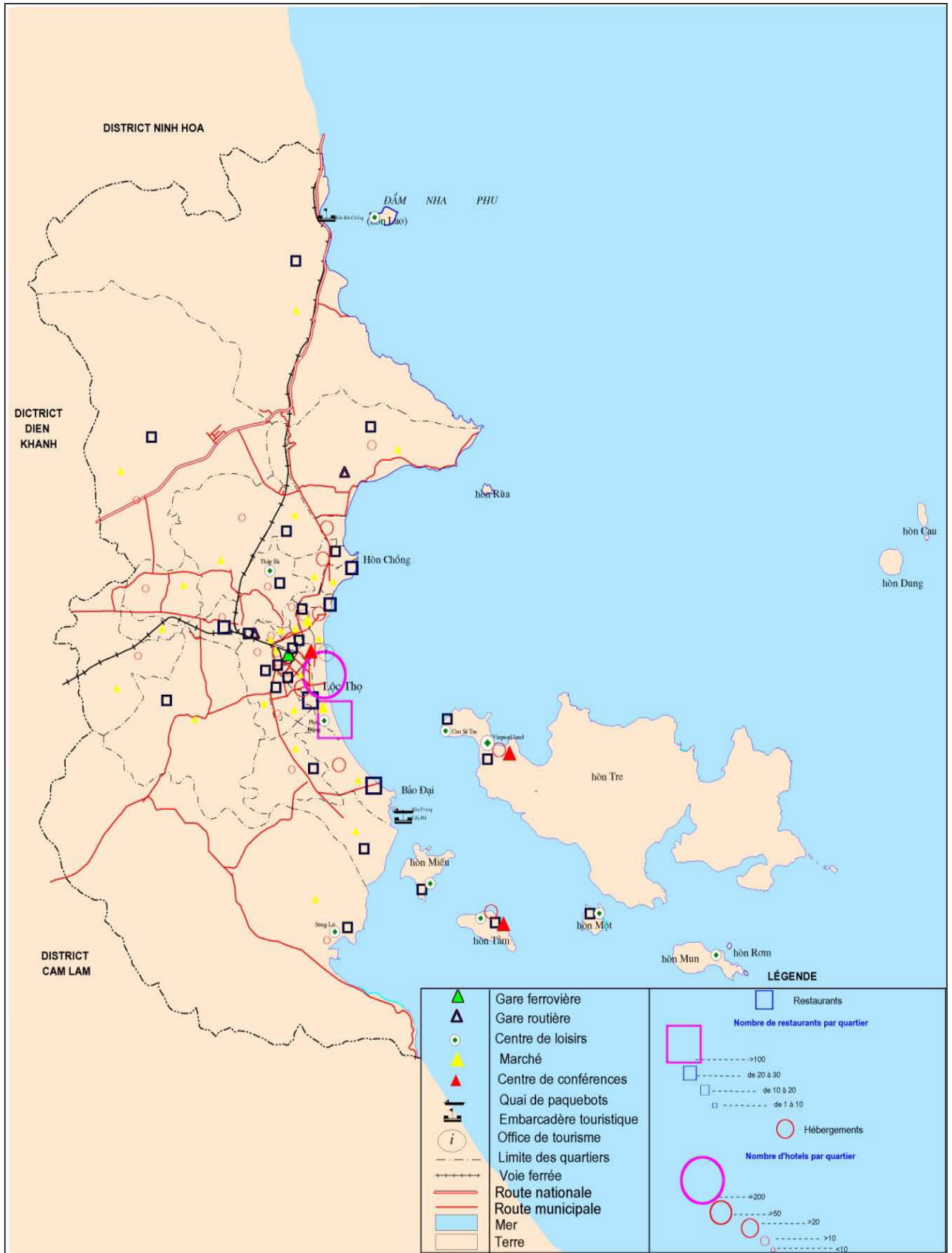
<sup>36</sup> Depuis quelques années, suite à la mise en place du nouveau pont Tran Phu B et à la construction du quai du fleuve Cai, les espaces touristiques se développent rapidement vers le nord de la ville de Nha Trang, toujours tout au long de la plage de Nha Trang avec les petits services tels que hébergement, restauration et transports.

***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

tourisme d'agrément, tourisme affinitaire, tourisme d'affaires, etc. Quels que soit leur but de voyage, la répartition financière de leur séjour est la suivante : hôtellerie, restauration, transports et frais d'entrée sur les sites touristiques. Les autres dépenses accessoires au voyage comme les achats, les distractions et la santé restent encore très limitées. (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2010).

Ces derniers quartiers urbains en revanche comportent très peu de centres de loisirs, qui se trouvent plutôt dans les îles de la baie de Nha Trang. Ceci s'explique par l'attractivité de la baie de Nha Trang ainsi que le niveau d'urbanisation rapide de la ville qui ne possède plus de terrains disponibles pour faire construire des centres de loisir au centre ville.

Carte 6. Equipements touristiques existants à Nha Trang.



Source : Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa en 2010  
 Comité Populaire de la ville de Nha Trang en 2010  
 Service de la santé de Khanh Hoa en 2010

ECHELLE : 1/100.000

Conception de LE Thi My Binh en 2011  
 Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

### **2.3.1. Hébergement touristique en établissements «standards minimums» et «non classés» majoritaires**

Ceux-ci sont définis dans la loi du tourisme du Vietnam en 2005, p.4 comme suit : «les établissements d'hébergement touristique sont des établissements louant des chambres, des livres et d'autres services fournis aux clients y séjournant. L'hôtel est l'établissement d'hébergement touristique principal». Plus exactement, les établissements d'hébergement touristique du Vietnam sont classés en 8 types<sup>37</sup> :

- Hôtel.
- Villages touristiques<sup>38</sup>
- Villas touristiques.
- Appartements touristiques<sup>39</sup>.
- Camps touristiques.
- Maisons de repos<sup>40</sup>.
- Chambres à louer.
- Et d'autres moyens de logement touristique comme bateaux touristiques, trains touristiques, caravanes, tentes.

Comme partout au Vietnam, les types d'hébergement à Nha Trang manquent de diversité. En effet, en étudiant l'inventaire des hébergements touristiques établi par la ville de Nha Trang en 2010<sup>41</sup> et en comparant avec la définition des hébergements proposés dans la loi du tourisme en 2005, nous constatons que les hébergements à Nha Trang comportent seulement deux types : hôtels et maisons de repos.

La destination touristique de Nha Trang est essentiellement balnéaire. Donc il est facile de comprendre que les communes rurales (Vinh Phuong, Vinh Ngoc, Vinh Thanh, Vinh

---

<sup>37</sup> Source : Circulaire N° 88/2008/TT-BVHTTDL du 30/12/2008 du Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme sur l'exécution du Décret gouvernemental N° 92/2007/NĐ-CP du 01/06/2007 relatif à certains articles sur l'hébergement de la Loi du Tourisme, 28p.

<sup>38</sup> Ces villages touristiques n'ont aucune autonomie politique. Appartenant à plusieurs propriétaires, ils ont été construits pour le tourisme. Ce ne sont donc pas des resorts (Peyvel, 2009).

<sup>39</sup> Appartements à louer au sein d'immeubles construits le plus souvent dans les stations balnéaires (Peyvel, 2009).

<sup>40</sup> Maison de repos, littéralement «maison pour dormir» est l'équivalent d'une petite guest house (Peyvel, 2009).

<sup>41</sup> Bureau de la culture et de l'information - Comité Populaire de la ville de Nha Trang Inventaire des hébergements à Nha Trang, n° 497/VH-TT du 18 juin 2010, 2010, 17p.

***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Trung, Vinh Hiep et Phuoc Dong), situés en retrait du littoral, regroupent seulement 4,7 % de la capacité d'hébergement touristique de Nha Trang. On ne trouve aucun hébergement touristique dans les commune rurales de Vinh Truong, Vinh Thai et Vinh Luong et sur les îles de la baie de Nha Trang excepté les «hôtel 5 étoiles» de Vinpearl Land (Hon Tre) et l'«écoresort» de Hon Tam même si les îliens en ont fait la demande plusieurs fois<sup>42</sup>.

La majeure partie des équipements hôteliers se trouve en revanche sur les quartiers urbains, surtout ceux qui longent le littoral. Comme certaines villes littorales européennes l'ont fait il y a quelques décennies (Boiron, 2007), Nha Trang veut tirer profit au maximum de son patrimoine naturel exceptionnel et de l'attrait touristique qu'il suscite en construisant les hébergements touristiques de différentes hauteurs, l'un à côté de l'autre. Plus précisément, la plupart des hôtels sont rassemblés dans le quartier de Loc Tho (242 hôtels). La gamme y est large. Elle va de l'hôtel de 5 étoiles à la maison de repos (Comité populaire de la ville de Nha Trang, 2010).

Photographie 12. Un exemple des hôtels de différents niveaux au quartier Loc Tho (Nha Trang).



Source : LE Thi My Binh (2010)

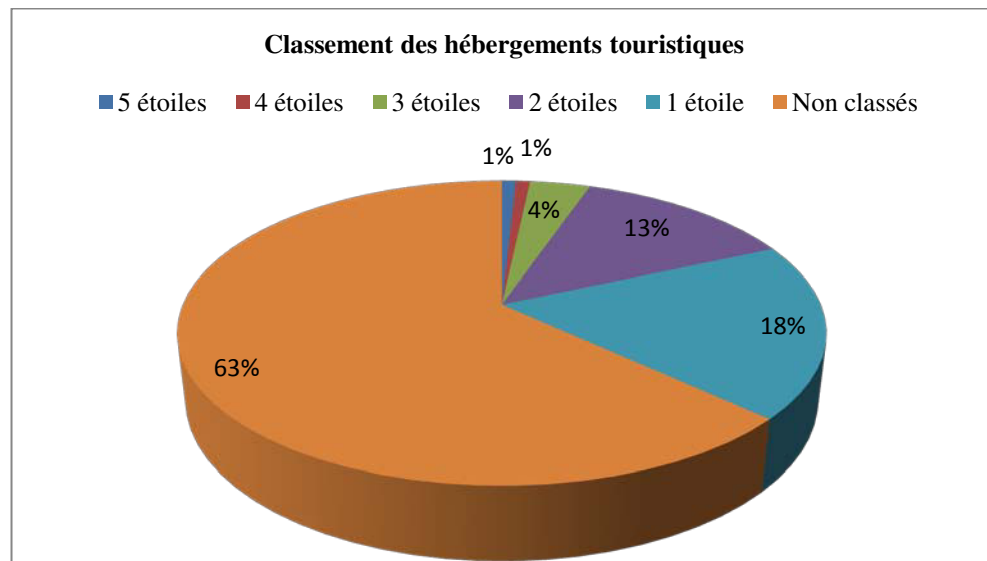
En 2010, Nha Trang compte 474 établissements hôteliers totalisant 10 847 chambres dont la majorité est d'hôtels non classés avec 4 207 chambres. Les hôtels plus de 3<sup>e</sup> occupent un pourcentage non significatif (1% et 4%) comme le montre le graphique 5 suivant. Il importe de souligner que seulement deux hôtels de 4 étoiles sont à capitaux étrangers. Les

<sup>42</sup> Source : Information obtenue lors de notre entretien auprès d'un de responsable du sous-quartier Hon Mieu (quartier Vinh Nguyen) le 11 septembre 2009.

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

autres hébergements touristiques sont la propriété de l'Etat, des sociétés à responsabilité limitée ou des entreprises privées.

Graphique 5. Classement des hébergements touristiques à Nha Trang en 2010.



Source : LE Thi My Binh (2011) à partir de données du rapport n°813/BCD le 15 octobre 2010 du Comité de la ville de Nha Trang (2010).

### **Hôtels classés, en quantité limitée mais en services illimités**

Pour les hôtels de moins de 2 étoiles, leurs confort et services sont limités. En fonction de leur taille, ils proposent principalement deux services annexes : karaokés et massages. Néanmoins, par l'intermédiaire de ces hôtels, les touristes peuvent réserver des billets de visite des îles, location de cars, réservation de tables aux restaurants, etc. En ce moment, la tendance à Nha Trang est de construire des hôtels de grande envergure dotés d'équipements modernes.

Les grands hôtels de 5 étoiles, 4 étoiles et 3 étoiles sont équipés suivant les normes internationales. Ils offrent une plus grande gamme de services annexes. Il s'agit des services de remise en forme (courts de tennis, salles de fitness, piscines, etc.) ; de loisirs (bars, discothèques, karaokés, etc.) ; de bien-être (saunas, massages, yoga, etc.) ; de services commerciaux (salles de conférence, services de traduction...) ; de magasins de souvenirs ; de transports (location de voitures, moto ou bicyclette, compagnie de taxis, achat des billets d'avion, de bus et de train, etc.) ainsi que d'autres services liés au séjour des touristes comme blanchisserie, coiffure, couture, tailleur.

### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Faisant partie des hôtels classés de luxe, les «resorts» méritent d'être différenciés. Construits en un bloc ou en un ensemble de villas, d'appartements, de bungalows sur les côtes ou dans des îles de la baie de Nha Trang, ils proposent à leur clientèle une prestation de service forfaitaire. En ce moment, Nha Trang compte 4 «resorts» de 5 étoiles : Ana Mandara, Vinpearl, Hon Tam et Hoan Cau. Le taux de remplissage des hébergements touristiques à Nha Trang varie en fonction des saisons. Par exemple, à l'occasion de Nouvel an lunaire (en février 2010), le niveau de remplissage des chambres des hôtels de deux étoiles ou moins a atteint 70% à 80%. Tandis que les hôtels de trois étoiles ou plus étaient remplis à 50%. Depuis quelques années, le taux d'occupation des chambres augmente de manière significative. Par exemple en 1995, le pourcentage des chambres occupées n'était que de 38% sur l'ensemble de l'année 1995. En 2000, ce taux est passé à 40.2%. En 2005, ce taux atteint 52%. Et jusqu'en novembre 2010, il arrive à 63%<sup>43</sup>.

### **Hébergements touristiques non classés : profusion de l'offre mais service moindre**

Le graphique 5 ci-dessus montre également que la majorité des hébergements touristiques ne sont pas classés à Nha Trang. Ceci constitue une part importante de la faiblesse de l'offre touristique vietnamienne qui, de fait, est moins attractive et ne peut pas encore être véritablement compétitive sur le marché international. En hébergements non classés, on trouve une large gamme de logements très personnalisés dont les propriétaires sont des particuliers. Leur politique de commercialisation est très flexible (baisse des prix, politique de commission, attitude de service, etc.) pour s'adapter au marché. En revanche, cette flexibilité, parfois incontrôlée, a causé des concurrences malsaines entre les entreprises touristiques que nous allons aborder dans la deuxième partie.

#### **2.3.2. Restauration, un paradis pour les amateurs de fruits de mer**

L'atout de Nha Trang réside dans la richesse et la variété de sa gastronomie qui se traduisent en tourisme par l'existence de formules de restaurants de spécialités locales, depuis les grands restaurants gastronomiques jusqu'aux échoppes modestes mais accueillantes. Les services de restauration proposés aux touristes à Nha Trang sont de deux types : à l'intérieur ou à l'extérieur de l'hôtel. Les restaurants sont classés en trois catégories<sup>44</sup> :

---

<sup>43</sup> Source : données statistiques du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa en novembre 2010, document inédit.

<sup>44</sup> Nous tenons à remercier Monsieur le vice-directeur du Bureau d'hygiène alimentaire (Service de la santé de



### ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

- Type 1 : Entreprises de restauration dépendant des autorités provinciales.
- Type 2 : Restaurants familiaux sous surveillance municipale.
- Type 3 : Echoppes ambulantes de statut informel.

### **Restaurants au sein des hôtels, chers mais conditions d'hygiène assurées**

Tous les hôtels classés possèdent des restaurants en fonction de leur capacité d'accueil, de manière à satisfaire aux besoins des touristes. Ceux de 4 étoiles et au dessus de 4 étoiles possèdent même plusieurs restaurants thématiques (asiatique, européen, spécialisé, etc.). La plupart des établissements respectent les règles d'hygiène et de sécurité alimentaire en maintenant à niveau leurs équipements et ustensiles, en nettoyant souvent les cuisines, en envoyant régulièrement leur personnel aux visites médicales, en organisant des stages relatifs aux connaissances de sécurité alimentaires réservés à leur personnel... Cela explique les prix élevés des repas servis dans les grands hôtels. Par rapport aux restaurants de grands hôtels, ceux des petits hôtels proposent une offre limitée, peu attrayante et de qualité médiocre. Par contre, au Vietnam la restauration dans les hôtels n'est pas optimale. L'offre de restauration hôtelière ne peut concurrencer celle proposée par des restaurants spécialisés hors hôtels (Do, 2007).

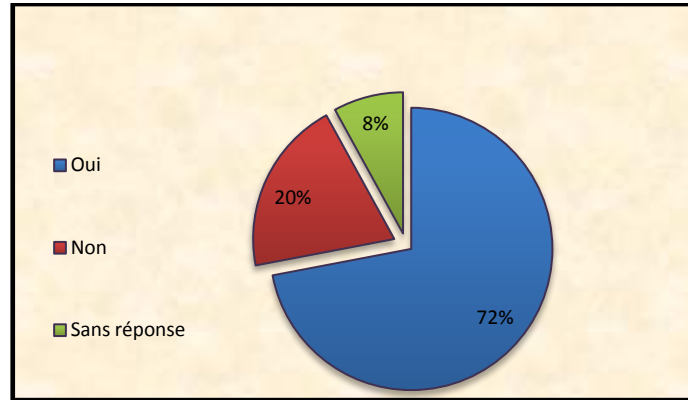
### **Restaurants à l'extérieur de l'hôtel, une variété de choix**

Les restaurants à l'extérieur des hôtels se sont multipliés assez vite. Ils proposent une grande variété de repas traditionnels aux touristes mais aussi aux résidents dont le prix est plus raisonnable que celui proposé dans les restaurants des hôtels. Tous les restaurants, de très haut de gamme «pied-dans-l'eau» jusqu'aux échoppes, proposent une très grande variété de repas et de spécialités traditionnelles. A part des plats vietnamiens, les touristes peuvent déguster d'autres plats venant des autres pays comme les plats français, indiens, japonais, etc. au quartier Loc Tho, nommé celui «sac à dos». Contrairement aux produits artisanaux, 72 % des entreprises touristiques utilisent de l'alimentation locale comme le montre le graphique 6 ci-joint. Ceci assure la fraîcheur des aliments et donne du travail aux résidents (Vo Sang, 2010).

---

Khanh Hoa) de nous avoir donnés ces informations. Les licences des restaurants du type 1 sont délivrées par le niveau provincial. Celles du type 2 sont assurées par le niveau municipal. Tandis que les «type 3 » échappent au principe des licences.

Graphique 6. Produits alimentaires locaux consommés par les PME touristiques.



Source : VO SANG (2010)

Comme les hébergements touristiques, la plupart de restaurants de premier type se trouvent au quartier Loc Tho (106 sur la totalité de 241 établissements de Nha Trang) (Cf. la carte 6). Et en comparant le nombre de restaurations (1<sup>er</sup> type et 2<sup>e</sup> type) placées sous la gestion étatique (provinciale et municipale) et celui de 3<sup>e</sup> type (vente ambulante), nous constatons que le nombre de restaurations de 3<sup>e</sup> type compte 2460 établissements contre 225 établissement du 1<sup>er</sup> type et 683 établissement de 2<sup>e</sup> type. Un grand nombre de restauration de 3<sup>e</sup> type rend difficilement contrôlable leur qualité et leurs normes sanitaires comme le montre le tableau 6 suivant.

**Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam**

Tableau 6. Inventaire du nombre de restaurations par quartier urbain (commune rurale) de Nha Trang en 2010.

N°	Noms	Restaurations		
		Type 1	Type 2	Type 3
1	Quartier urbain <b>Vĩnh Hòa</b>	4	13	45
2	Quartier urbain <b>Vĩnh Hải</b>	2	28	35
3	Quartier urbain <b>Vĩnh Phước</b>	7	4	143
4	Quartier urbain <b>Vĩnh Thọ</b>	13	17	130
5	Quartier urbain <b>Xương Huân</b>	15	36	86
6	Quartier urbain <b>Vạn Thạnh</b>	4	26	148
7	Quartier urbain <b>Vạn Thắng</b>	4	12	61
8	Quartier urbain <b>Phương Sài</b>	7	36	225
9	Quartier urbain <b>Phương Sơn</b>		7	70
10	Quartier urbain <b>Ngọc Hiệp</b>	1	12	53
11	Quartier urbain <b>Phước Hải</b>	2	6	92
12	Quartier urbain <b>Phước Hòa</b>	3	28	172
13	Quartier urbain <b>Phước Tân</b>		10	59
14	Quartier urbain <b>Phước Tiến</b>	2	22	163
15	Quartier urbain <b>Tân Lập</b>	30	115	81
16	Quartier urbain <b>Lộc Thọ</b>	106	82	95
17	Quartier urbain <b>Phước Long</b>	1	72	96
18	Quartier urbain <b>Vĩnh Trường</b>			151
19	Quartier urbain <b>Vĩnh Nguyên</b>	20	54	104
20	Commune rurale <b>Vĩnh Thái</b>	1		34
21	Commune rurale <b>Vĩnh Ngọc</b>		6	79
22	Commune rurale <b>Vĩnh Hiệp</b>	15	2	72
23	Commune rurale <b>Vĩnh Thạnh</b>		11	20
24	Commune rurale <b>Vĩnh Trung</b>			44
25	Commune rurale <b>Vĩnh Phương</b>			67
26	Commune rurale <b>Vĩnh Lương</b>	1	6	27
27	Commune rurale <b>Phước Đồng</b>	3	78	108
	Total	241	683	2460

Source : LE Thi My Binh, 2011 à partir de données du Service de la santé de Khanh Hoa (2010)

Pour obtenir la licence, les restaurants de (1<sup>er</sup> type et 2<sup>e</sup> type) doivent répondre aux conditions d'hygiène alimentaire. En réalité, il reste encore des cas exceptionnels. Par exemple, ils se servent d'additifs alimentaires qui ne sont pas autorisés par le Ministère de la santé. Ils ne conservent pas d'échantillons alimentaires et ne font pas tester la source d'eau potable conformément à la loi (Bureau de sécurité alimentaire – Service de la santé de Khanh Hoa, 2010). La plupart des ustensiles et les couverts sont lavés de façon manuelle. Les conditions d'hygiène ne sont pas assurées (aliments crus et cuits mélangés, pleines d'ordures, de mouches à la cuisine) (voir la photographie 13 suivante).

***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Photographie 13. Des exemples de conditions d'hygiène alimentaire mal assurées.



Source : Minh Thiet (2010)

En ce qui concerne l'hygiène alimentaire dans la rue, il s'agit des ventes ambulantes dans les rues et sur la plage de Nha Trang. Il est difficile de l'évaluer de façon globale, car "elle est incontrôlable" comme disait le vice-directeur du bureau de sécurité alimentaire attaché au Service de santé de Khanh Hoa. En ce moment, il existe un grand nombre de personnes pratiquant ce métier. Il s'agit plutôt de particuliers ayant des moyens financiers limités. Sans obtenir la licence, ils se déplacent souvent pour vendre leurs marchandises (fruits de mer bouillis, galettes de riz grillées, boissons, etc.) car ils n'ont pas de lieux de vente fixe. Le fait de «bouger» d'un lieu à l'autre dans la ville de Nha Trang sous la pluie et le soleil, de manquer d'eau pour laver des bols, des verres, des baguettes et surtout la nourriture «cuisinée» de manière familiale n'assurent pas toujours les conditions d'hygiène alimentaire. Cela nuit à la santé des consommateurs, qu'il s'agisse de la population locale ou de touristes comme le montre la photographie 14 ci-jointe.

Photographie 14. Des exemples de vente alimentaire ambulante sur la plage de Nha Trang.



Source : Nam Du (2010)

Source : The Anh (2010)

### **2.3.3. Transport, une offre variée mais à la qualité variable**

L'accessibilité détermine dans une certaine mesure les possibilités de mise en tourisme ou de développement touristique d'un lieu (Pébarthe-Désiré, H. et Mondou, V., 2009). Autrement dit, «Le site le plus spectaculaire, le monument le plus remarquable ne deviennent touristiques qu'à partir du moment où ils deviennent accessibles» (Dewailly, J.M. et Flament, E, 1993, p. 145). Facilité et rapide d'accès (Gaide, 1930), la ville de Nha Trang représente un carrefour important du pays. Cette accessibilité alliée au climat favorable fait que les Français en font leur station balnéaire dès le début du XXe siècle. La route nationale et la ligne de chemin de fer relient le Nord et le Sud du pays ; la route nationale 26 rejoint la province de Dak Lak et celles des hauts plateaux. Nha Trang est très bien desservie par des voies maritimes, terrestres, ferroviaires et aériennes.

#### **Transports aériens, un choix prioritaire des touristes internationaux**

Depuis la construction du nouvel aéroport de Cam Ranh et sa mise en service en 2004, l'ancien, situé au centre ville, est seulement utilisé par l'armée. Sa piste courte ne pouvait pas accueillir de gros porteurs. Situé à 40 km de Nha Trang, celui de Cam Ranh propose des vols à destination des trois grandes villes vietnamiennes comme Hanoi (3 vols/jour), HCMV (4 vols/jour) et DaNang (1vol/jour). Récemment, l'aéroport international de Cam Ranh a reçu des vols directs de Russie. Pour les autres vols vers les pays étrangers, les touristes doivent passer par les deux aéroports internationaux de HCMV et Hanoi, ce qui limite le nombre de touristes internationaux arrivant à Nha Trang<sup>45</sup>.

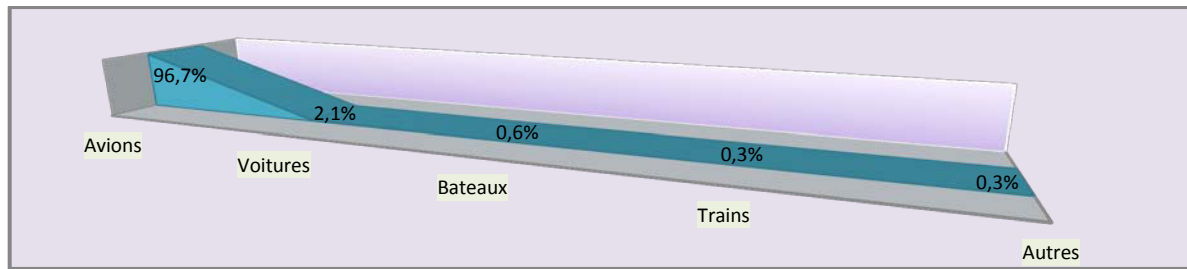
Par sa capacité à réduire la distance-temps, l'avion est le moyen de transport le plus utilisé par les touristes internationaux venant à Nha Trang. En effet, sur 700 touristes interrogés, la plupart d'entre eux a pris l'avion ; 2.1% en voiture ; 0.6% en bateau. Nous constatons un très faible de pourcentages de touristes venant à Nha Trang en train et autrement, comme l'illustre le graphique 7 suivant. Cela s'explique également par le professionnalisme du personnel des aéroports et des hôtesses de l'air (Bureau des statistiques, 2010).

---

<sup>45</sup> Source : Entretien avec Monsieur le directeur du Centre de promotion touristique de Khanh Hoa le 31.8.2009.

## ***Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Graphique 7. Moyens de transport pris par les touristes internationaux pour venir à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh à partir de données du Service des statistiques de Khanh Hoa 2010

### **Transports ferroviaires, une voie moins chère, pratique mais gaspilleuse de temps**

La ligne directe du Nord au Sud du Vietnam traverse la province de Khanh Hoa sur toute sa longueur. Située au centre ville, la gare de Nha Trang joue le rôle d'intermédiaire pour le transport des marchandises et des passagers partant des provinces de Lam Dong, Buon Me Thuot, Khanh Hoa vers les autres villes du Vietnam. L'arrivée du chemin de fer et l'extension des réseaux bouleversent des choses, notamment une contraction spectaculaire de l'espace-temps rapprochant les espaces touchés des foyers des clientèles. (Dewailly, J.M. et Flament, E, 1993). En effet, le temps de circulation en train est réduit entre Nha Trang et d'autres destinations. Par exemple : de Nha Trang à Ha Noi (36 heures/ 1250 km contre 42 heures comme autrefois). Chaque jour, cinq trains express et quatre omnibus y passent. Etant le moyen de transport le moins cher, pratique et sûr, cette voie est un des moyens largement utilisé par les touristes, surtout domestiques.

### **Transports maritimes, un potentiel en plein essor**

A Nha Trang, il n'existe aucun port construit entièrement à des fins touristiques. En ce moment, les autorités locales emploient deux ports pour les activités touristiques, initialement utilisés pour transporter des marchandises et des résidents îliens. Il s'agit de :

- Un port de paquebots. Ayant un quai long de 172 m, large de 20 m, profond de 8 m5, Il a pour but principal d'acheminer des marchandises et de recevoir les touristes venus en paquebot quelques fois par an. Par contre, pour les grands bateaux, ils sont obligés de mouiller en mer, car leur tirant d'eau ne leur permet pas d'accoster aux quais (Nguyen, 2007).
- Un embarcadère touristique «Cau Da». Ce dernier était à l'origine utilisé pour transporter les résidents vers les îles de la baie Nha Trang. Depuis quelques

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

années, il sert de lignes régulières pour les îles et pour les circuits touristiques. Gérée par des petites et moyennes entreprises (PME) de transport ou par des particuliers, la plupart de ces bateaux répondent aux normes de sécurité et sont régulièrement entretenus. Néanmoins, par manque de séparation précise entre l'embarcadère touristique et celui réservé aux résidents dans les îles, cette «cohabitation» cause parfois des difficultés chez les résidents.

- En plus, il existe encore neuf petits embarcadères touristiques privés qui servent à transporter seulement leurs propres clientèles dont nous allons parler dans la 3<sup>e</sup> partie de notre travail.

### **Transports routiers, intéressants mais peu rassurants**

L'histoire du tourisme est inséparable de l'évolution des conditions de déplacement. Certains aménagements ont pu n'avoir d'autre finalité que touristique (Dewailly, J.M. et Flament, E, 1993) Depuis ces dernières années, grâce aux budgets de l'état central et de la province de Khanh Hoa, de nombreuses rues du centre ville et les routes menant aux sites touristiques ont été élargies et rénovées pour répondre aux demandes des touristes (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009) Par ailleurs, on peut noter l'importance de l'investissement privé dans les moyens de transport. En effet, en regardant le tableau 7 ci-dessous, nous remarquons que le nombre des moyens de transport routier augmente aussi rapidement de 636 voitures en 2007 à 934 en 2008. Parmi ces voitures, on constate la chute des véhicules de moins de 5 places et la progression effective des ceux de moins de 9 places et de plus de 9 places. Ce qui nous semble dommage c'est le nombre de cyclo-pousses, tenus souvent par les résidents pauvres, diminue de presque la moitié comme le montre le tableau 7 suivant.

Tableau 7. Nombre de moyens de transports en 2007 et en 2008 à Nha Trang.

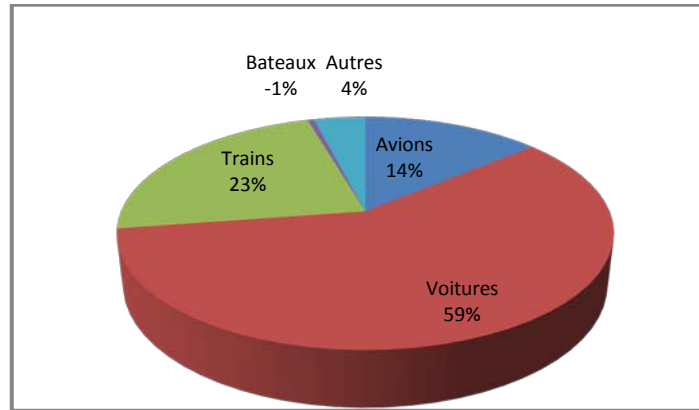
	Moyens de transport	2007	2008	
Transport routier	Voitures	< 5 places	83	3
		< 9 places	156	370
		> 9 places	397	561
		Total	636	934
	Scoters		220	190
	Cyclos-pousse		110	72
Transport maritime	Bateaux et canoës		228	242

Source : Bureau des statistiques de Nha Trang en 2009

## *Patie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam*

Ce contraste pourrait s'expliquer par l'augmentation de la demande de touristes de se déplacer en grand groupe comme le montre les statistiques suivantes. En effet, plus de la moitié de touristes domestiques viennent à Nha Trang en voiture contre 14 % en avion.

Graphique 8. Moyens de transport pris par les touristes domestiques pour venir à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh à partir de données du Service des statistiques de Khanh Hoa (2010)

Cependant, sauf les voitures des agences de voyage, celles de long trajet des agences de transport ont pour but principal de faciliter le va-et-vient, de transporter quelquefois les marchandises des résidents.

### **Transports internes, un secteur nécessitant une réforme**

Les transports internes se composent des transports en commun, des taxis et des véhicules de location. Concernant le réseau de transport en commun, la ville de Nha Trang possède cinq lignes de bus qui fonctionnent tous les jours de 4h30 à 17h30 sur une longueur totale de 57,5 km. Il existe huit stations de bus et 148 arrêts distants en moyenne de 400m. Pourtant, à notre connaissance, ces bus servent à transporter essentiellement des résidents. La situation dénote un manque de coordination des moyens entre services à la population et services touristiques. Rien n'est fait pour faciliter l'utilisation de ces lignes régulières par les touristes. Plusieurs trajets empiètent les uns sur les autres tandis que certains sites touristiques ne sont pas desservis.

A Nha Trang, à part les bus et les taxis, les touristes peuvent également, louer des vélos et des scooters à des prix raisonnables ou bien ils peuvent faire un tour de la ville en «petit train». Ce nouveau service de transport, proposé par l'agence de taxi Mai Linh est apprécié par les touristes.



#### **2.3.4. Un manque de distraction nocturne**

Les centres de loisirs attirent non seulement les touristes mais aussi les résidents. A Nha Trang, les hébergements touristiques semblent focaliser toute l'attention portée aux équipements touristiques (Cf.2.3.1). Les équipements touristiques de la localité connaissent à la fois un surnombre en hébergement et une insuffisance en centres de loisirs. On peut compter à Nha Trang seulement six centres de loisirs en activité qui sont essentiellement localisés dans les îles de la baie de Nha Trang ou dans les alentours de la ville, excepté celui du parc Phu Dong<sup>46</sup>, situé sur la plage de Nha Trang. Nous y trouvons beaucoup d'activités comme des jeux nautiques à Vinpearl Land (Hon Tre), à Hon Tam, à Hoan Cau (Song Lo), à Hon Mun, Dam Nha Phu (Vinh Luong). Les activités nocturnes semblent inexistantes. Pour terminer leurs journées, *«les touristes peuvent passer seulement soit aux bars, aux cafés ou aux restaurants»* comme disait le vice directeur du Bureau du Comité Populaire de la ville de Nha Trang<sup>47</sup>.

En résumé, connu par son caractère polarisé et spontané, le tourisme à Nha Trang se développe essentiellement dans certains quartiers urbains longeant la plage de Nha Trang et quelques îles proches qui attirent tous les investissements touristiques : hébergements, restaurations, centres de loisirs, pratiques touristiques, etc. Par contre, malgré les efforts de la localité, les carences de l'originalité, du professionnalisme ne différencient pas les produits touristiques de Nha Trang de ceux venant d'autres destinations touristiques balnéaires du Vietnam.

---

<sup>46</sup> Ce parc est destiné plutôt aux enfants.

<sup>47</sup> Source : Entretien avec le vice directeur du Bureau du Comité Populaire de la ville de Nha Trang le 27.10.2009.

### **Conclusion de la première partie**

A l'issue de cette première partie, il apparaît clairement que Nha Trang se positionne aujourd'hui comme une destination touristique balnéaire phare du Vietnam. Ayant connu un développement urbain et démographique très rapide depuis l'époque coloniale, Nha Trang a définitivement renoncé à son statut de «village de petite pêche» pour passer du statut de station à celui de station-ville (Peyvel, 2009) défini par le groupe MIT (2002, p.221) comme «Lieu devenu polyfonctionnel, mais où la fonction touristique demeure vivace».

En effet, cette ville conserve l'essentiel de son attractivité naturelle puisque son climat sub-tropical, modéré par la mer, exempt de typhons, en fait une destination balnéaire agréable toute l'année, et que ses paysages côtiers et ruraux préservent une grande part de leur beauté. En revanche, malgré ses atouts naturels, les produits touristiques proposés aujourd'hui à Nha Trang entraînent des risques de déclin de la station par manque de durabilité des pratiques touristiques. Les ressources touristiques (naturelles, culturelles, historiques, etc.) sont exploitées sans aucune préoccupation de l'avenir : baie saturée, îles en voie de privatisation (Hon Tre, Hon Mot et Hon Mieu), site touristique en voie de dégradation (Hon Mun). Le «laisser-faire» constant depuis le début de l'exploitation touristique de la station a produit une hyper concentration des structures d'accueil sur une infime portion du bord de mer urbain et insulaire proche. Le reste du territoire est relativement «à l'abandon». La faiblesse des transports de passagers ainsi que la domination des établissements non classés (hébergement comme restauration) constitue également un frein au développement de la qualité. Cela ne peut pas encore être véritablement compétitif sur le marché international.

Les pratiques touristiques manquent de l'originalité, de diversité tant en contenus qu'en mode d'organisation. Il s'agit de tout ce que peut proposer n'importe quelle autre station balnéaire tropicale dans le monde, à l'exception d'un manque majeur : la voile. Peu de circuits touristiques s'éloignent de la mer sinon pour une rapide excursion dans les rizières, la fabrique de nattes et de poteries. On peut déplorer également l'absence de loisirs nocturnes, la fermeture précoce en soirée des sites touristiques. Symbole de cette banalité, l'offre des produits-souvenirs est à peu près la même qu'ailleurs. Il manque des produits-souvenir typiques caractérisant la localité.

***Partie 1 : Nha Trang - Une station balnéaire centenaire du Vietnam***

Après avoir analysé des produits touristiques à Nha Trang et en les confrontant avec les principes du développement durable, il nous semble que le développement touristique de Nha Trang est bien loin des perspectives du tourisme durable.

Au regard des atouts et des faiblesses que nous venons de mentionner, il convient de poursuivre notre bilan en termes de résultats :

- Est-ce que les touristes sont satisfaits de leurs vacances à Nha Trang (surtout du comportement du personnel, de ses compétences professionnelles ainsi que de la qualité de services proposés par les entreprises touristiques) ?.
- Quels sont les impacts du développement touristique sur les populations locales ?.
- Comment les résidents voient-ils le développement touristique à Nha Trang ?.

Répondre à ces questions va constituer le fil directeur de la deuxième partie.

**PARTIE 2**  
**REGARD CROISÉ DES POPULATIONS LOCALES ET DES TOURISTES**  
**SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE À NHA TRANG**

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

La première partie de cette étude a effectivement permis de montrer comment le tourisme a pu se développer à Nha Trang. Dans un deuxième temps, il nous semble nécessaire de travailler sur les acteurs qui vivent le tourisme, c'est-à-dire les touristes eux-mêmes, et les résidents.

Notre choix s'explique par le fait que la prise en compte de la satisfaction des résidents constitue l'un des objectifs majeurs de la planification du développement durable. Son importance est inscrite dans l'ensemble des analyses du tourisme durable depuis le Sommet de la terre de Johannesburg qui considère que le tourisme durable doit être en harmonie avec la population locale, l'environnement et la culture du lieu, de telle sorte que son développement se fait constamment à leur profit et non à leur détriment (Vellas, 2006). En effet, la population locale joue un rôle important pour le tourisme durable en raison des deux causes suivantes :

- D'une part, elle est bien placée pour comprendre la valeur des ressources naturelles et celles créées par l'homme de l'endroit où elle vit. Son soutien est nécessaire à la réussite de leurs préservations, à la création de nouvelles pratiques touristiques.
- D'autre part, la population locale joue un rôle déterminant dans la qualité des relations perçues par les touristes. Comme le rappelait le Vice-directeur du Bureau du Comité Populaire de la ville de Nha Trang <sup>48</sup> «*Pour certains types de tourisme, le rôle de la communauté d'accueil n'est pas important, comme pour la visite de la pyramide en Egypte. Par contre, ce n'est pas le cas à Nha Trang, car la plupart des pratiques touristiques se construisent en lien avec les populations locales*». Les résidents exercent une influence sur les visiteurs dans la motivation du choix de la destination, mais surtout une fois à destination (Vellas, 2006), même s'ils ne sont pas directement impliqués dans le tourisme comme ceux qui travaillent dans les hôtels, les restaurants, les agences de voyage, etc. Les échanges non officiels avec la population résidente permettent également aux touristes d'avoir des expériences authentiques et d'enrichir leurs vacances.

Quant aux touristes, ils restent moteurs en matière de développement touristique. À l'origine des initiatives de création des pratiques touristiques proposées par les professionnels, ils sont non seulement le «déclencheur» des pratiques touristiques en tant qu'individus qui ressentent le besoin de consommer des activités en voyage, mais ils sont

---

<sup>48</sup> Source : Entretien avec le Vice-directeur du Bureau du Comité Populaire de la Ville de Nha Trang le 27 octobre 2009.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

également coproducteurs des pratiques qu'ils vont consommer (Merasli, 2004). Le marché du tourisme est soumis de plus en plus à un bouleversement des comportements des clientèles touristiques, qui nécessite une adaptation constante de l'offre touristique, notamment en termes de qualité, de sécurité, de nouveauté, de sensibilité éthique et environnementale, face à un contexte de plus en plus concurrentiel<sup>49</sup>. Ces bouleversements conduisent les professionnels du tourisme à procéder à une adaptation constante de leur offre à une demande de plus en plus fluctuante, interférente, changeante. Face à ce constat, l'avis des touristes est de plus en plus pris en compte. Leur satisfaction permet aux professionnels du tourisme de se bâtir une réputation enviable qui leur assurera la venue de nouveaux visiteurs.

Cette deuxième partie se composera de deux chapitres. Plus précisément, la première consistera à analyser les perceptions des populations locales au développement touristique local. Nous terminerons sur l'évaluation de la satisfaction des touristes dans le deuxième chapitre.

---

<sup>49</sup> Source : Projet Grundtvig Partenariats Educatifs-Cité de la culture et du tourisme durable- Octobre 2009.

### **Chapitre 3 : Une population locale face au tourisme**

Dans le cadre de notre travail, on entend par «populations locales» les personnes qui résident de façon permanente dans la ville. Comme nous avons mentionné dans la méthodologie de recherche, ce sont les deux quartiers les plus impliqués par le tourisme qui ont été questionnés. Il s'agit du quartier de Loc Tho (au centre) dont le nombre de résidents atteint 11.999 personnes, réparties sur une superficie de 1,3 km<sup>2</sup>. La densité moyenne est de l'ordre de 8.706 hab/km<sup>2</sup>. Avec une superficie beaucoup plus importante (42,618 km<sup>2</sup>) et une population plus nombreuse (20.606 personnes), la densité du quartier de Vinh Nguyen reste très faible (484 hab/km<sup>2</sup>) (Cf. carte 7).

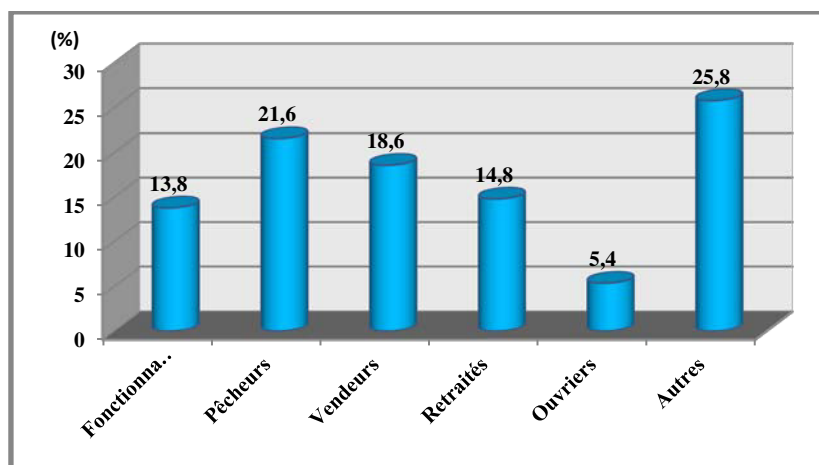




## Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang

Le choix du nombre de personnes enquêtées se base sur le nombre de résidents inscrits au Comité populaire des quartiers Vinh Nguyen et Loc Tho pour assurer l'échantillon représentatif comme nous l'avons signalé dans l'introduction générale. Les professions des 500 personnes participant à notre recherche sont variées. Notre échantillon comprend majoritairement des pêcheurs et des vendeurs. Les retraités et les fonctionnaires arrivent presque à égalité (14,8 % retraités contre 13,8% fonctionnaires). 5,4% sont des ouvriers. En plus, nous remarquons la participation de résidents ayant d'autres métiers (25,8%) comme coiffeurs, tailleurs, étudiants, femmes de ménages, etc. (voir le graphique 9 ci-dessous).

Graphique 9. Activités économiques des résidents interrogés.



Source : LE Thi My Binh (2010)

### 3.1. Un développement touristique qui n'est pas profitable à tous les résidents

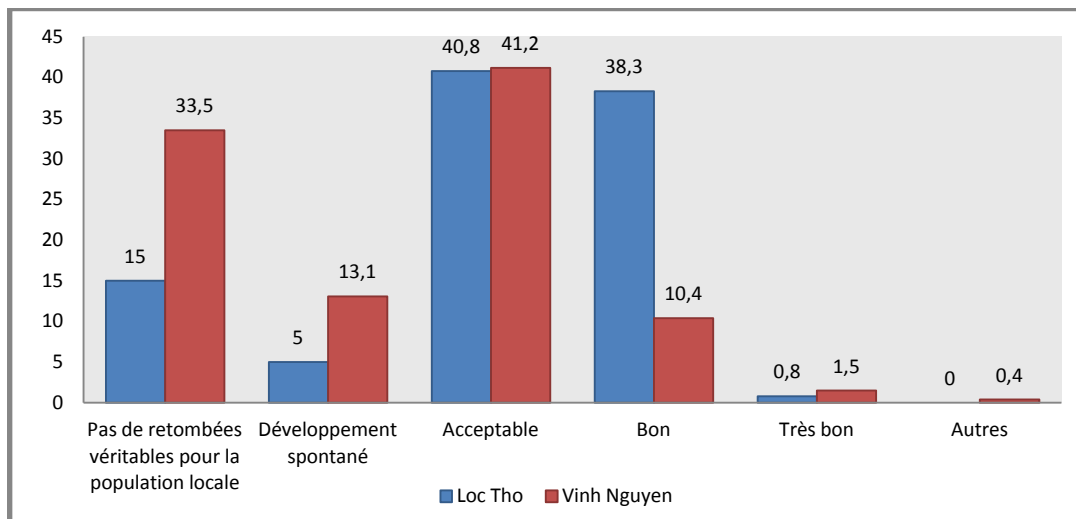
Le graphique 10 ci-dessous concerne les résidents des deux quartiers visés par notre étude (Loc Tho et Vinh Nguyen). Il exprime leur évaluation générale du développement touristique à Nha Trang. Force est de constater que leur perception des retombées de ce développement sur la population locale est mauvaise (moins de 50% la trouvant seulement «acceptable»). C'est d'ailleurs sur ce seul «item» que les deux quartiers ont un avis similaire (40,8% et 41,2%). On remarque pour les autres réponses un décalage entre les résidents des deux quartiers. A Vinh Nguyen, ils ne sont que 10,4% à juger les retombées «bonnes» contre 38,3% dans le quartier Loc Tho, soit un écart de 27,9%. En revanche, seulement 15% de résidents de Loc Tho pensent qu'il n'y a pas de retombées du développement touristique dans leur quartier alors qu'ils sont 33,5% chez les résidents de Vinh Nguyen, soit un écart de 18,5%.

On voit bien face à ces chiffres que la perception du développement touristique est différente selon les quartiers, signe que le développement actuel du tourisme à Nha Trang

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

n'est pas homogène. Les résidents de Vinh Nguyen, par exemple, se sentent moins touchés que leurs voisins par le développement touristique, qui leur apparaît comme moins profitable qu'on pourrait l'espérer.

Graphique 10. Evaluation générale du développement touristique à Nha Trang (point de vue des résidents interrogés).



Source : LE Thi My Binh (2010)

Ce résultat nous semble vraiment correct en comparant la vie des résidents de deux quartiers interrogés. Nous prenons un exemple marquant qui cause les nuisances des populations locales. Il s'agit de l'exode des résidents îliens. En effet, contrairement aux résidents vivant sur la côte, le développement touristique a complètement bouleversé la vie des îliens concernées par les projets touristiques. Comme le plan d'aménagement touristique de la baie de Nha Trang est inexistant et que le plan d'aménagement général de la province de Khanh Hoa est variable (Cf. 3<sup>e</sup> partie) à chaque fois que des investisseurs veulent agrandir leur projet ou bien qu'un autre investisseur souhaite monter un projet dans les îles de la baie de Nha Trang, les résidents dans les zones ciblées se préparent au déménagement afin de céder leur terrain. Prenons des exemples : en 2001 les résidents de Bai Tru (Hon Tre) ont déménagé à Vung Me (Hon Tre). En 2006, ces derniers ont continué à se déplacer à nouveau vers la zone de réhabilitation de Hon Xen (Quartier de Vinh Hoa, Ville de Nha Trang) qui n'est pas prête pour les recevoir (routes, «parking» pour les bateaux...) (Bao Chan, 2008). De 2006 à 2008, nous comptons 200 familles - îliens déménagés<sup>50</sup>.

<sup>50</sup> Source : Entretien avec le Vice -directeur du quartier de Vinh Nguyen le 25 août 2010.

## Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang

Photographie 15. Vung Me (Hon Tre), exemple d'un village de pêcheurs rasé pour laisser place à Vinpearl Land (photo à gauche) et une partie de maisons des pêcheurs dans la zone de réhabilitation de Hon Xen (Vinh Hoa, ville de Nha Trang) (photo à droite).



Source : Bao Chan 2008

Lors du déménagement, les autorités locales et les investisseurs concernés dédommagent leurs dégâts en leur versant soit de l'argent, soit en reconstruisant une maison, soit en donnant du terrain<sup>51</sup>. Ceci n'est pas suffisant pour que leur vie soit meilleure qu'autrefois. En effet, *«lorsqu'ils vivent dans les îles, bien que l'eau et l'électricité y soient chères<sup>52</sup>, leur vie est plus facile, car ils peuvent pêcher en mer, ramasser des végétaux et des fruits dans les bois. Dans la zone de réhabilitation en ville, leur vie devient plus difficile car la somme d'argent versée est seulement suffisante pour faire reconstruire leur maison<sup>53</sup>»*. A part ça, ils n'ont ni terrain de production, ni métier fixe. *«Du côté des autorités locales, elles n'ont aucune politique afin de leur permettre de changer de métier, de les adapter à la vie citadine»<sup>54</sup>*. Sans argent, sans métiers fixes, ils rencontrent des difficultés financières. Pour rembourser leurs dettes, certains ont dû revendre leur maison pour aller chercher un autre lieu d'habitation soit dans une autre île de la baie de Nha Trang, soit dans la montagne près de la ville de Nha Trang (Bao Chan, 2008). Selon Nguyen (2008), le développement touristique

<sup>51</sup> Source : Comité Populaire de Khanh Hoa (5/2005) : Règlements d'indemnisation et de réinstallation après la récupération du terrain dans la province de Khanh Hoa, accompagné par la décision n ° 41/2005/QD-UBND datée le 10 mai 2005 du Comité populaire de Khanh Hoa.

<sup>52</sup> En ce qui concerne les frais de l'eau douce, les résidents sur la côte les acquittent en fonction de leur utilisation (3.400 vnd = 1.1 centimes jusqu'au moins 5m<sup>3</sup> ; 4.300 vnd = 1.5 centimes entre 5 et 10 m<sup>3</sup> ; 5.150 vnd = 1.8 centimes entre 11 et 15 m<sup>3</sup> ; 7.800 vnd = 2.6 centimes plus de 15 m<sup>3</sup>). Ceux qui résident dans l'île paient un tarif unique sans compter le niveau d'utilisation. Par contre, ce dernier tarif change d'une île à l'autre. Par exemple, Hon Mot (50.000 vnd = 1.6 euros/m<sup>3</sup>) ; Vung Ngan (40.000 vnd = 1.3 euros/m<sup>3</sup>) ; Hon Mieu (30.000 vnd = 1 euro/m<sup>3</sup>). Concernant le prix de l'électricité, les résidents sur la côte et sur les îles paient le même prix (1242 vnd = 4 centimes/kw pour les 100 premiers kw ; 1304 vnd = 4,05 centimes à partir de 101<sup>e</sup> kw). Par contre, les îliens ont de l'électricité seulement trois heures par soir. Ils ont le droit d'utiliser quatre appareils électriques : 1 télévision, 1 ventilateur et 2 lampes.

<sup>53</sup> Source : Informations obtenues lors de notre entretien auprès de Monsieur le vice-président du Comité Populaire du quartier Vinh Nguyen le 25 août 2010.

<sup>54</sup> Source : Entretien avec le directeur du Bureau d'indemnisation et de réinstallation de Khanh Hoa le 27 août 2010.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

conduit à la disparition de deux villages de pêcheurs : Vung Me et Bai Tru (Hon Tre). Leur vie sera très difficile s'ils se déplacent des îles vers la côte. En tant que pêcheurs, leur niveau de scolarisation est peu qualifié. Ils ne peuvent pas rivaliser pour trouver un travail en ville avec les citadins demeurant sur la côte, dont la plupart ont un niveau universitaire pour trouver un emploi. En particulier, les îles qu'ils habitaient tous les jours faisaient partie de leur espace vécu. Le fait de déménager les pêcheurs sur la côte contribue à leur faire perdre leurs valeurs culturelles, leurs modes de vie ainsi que leur mémoire locale, vécue de génération en génération. Quand une population perd son territoire, la perte de son identité risque d'être encore plus rapide que par le seul « choc des cultures ». (Lozato-Giotart, J. – P. et Balfet, M. , 2007). Le risque est d'éloigner les résidents traditionnels, de gommer leur identité culturelle et leurs atouts humains, et de faire de Nha Trang une station balnéaire semblable à n'importe quelle autre.

Tandis que les difficultés des îliens – déménagés de Vung Me (Hon Tre) - ne sont pas tout à fait résolues, d'autres attendent encore leur déplacement comme les résidents de Hon Mot. En 2006, le Comité Populaire de Khanh Hoa a donné la permission à un investisseur d'y monter son projet touristique. Selon ce projet, les résidents de cette île seront délocalisés dans une zone de réhabilitation qui reste encore à négocier entre l'investisseur et la population locale de cette île. Pourtant, jusqu'à présent, ce projet n'aboutit pas, car il attend l'approbation du plan d'aménagement général de la baie de Nha Trang. *«Un tel projet suspendu n'assure pas la stabilité de vie des résidents concernés, car pendant ce temps, ils n'osent ni faire construire de maison ni en faire restaurer une par peur de perdre de l'argent suite à la mise en place de ce projet<sup>55</sup>».*

A notre avis, ces constatations semblent aller contre les discours des institutions internationales, comme l'OMT (2006), ou nationale et locale, en particulier l'Assemblée générale du Vietnam<sup>56</sup> ainsi que le Comité Populaire de Khanh Hoa (2007) qui voulaient faire du tourisme un instrument de lutte contre la pauvreté, faute d'un manque de consensus entre «discours» et «mise en place». Autrement dit, contrairement au désir des initiateurs concernés, le tourisme n'a pas profité de la même manière à toutes les populations locales, surtout aux îliens que nous avons mentionnés.

---

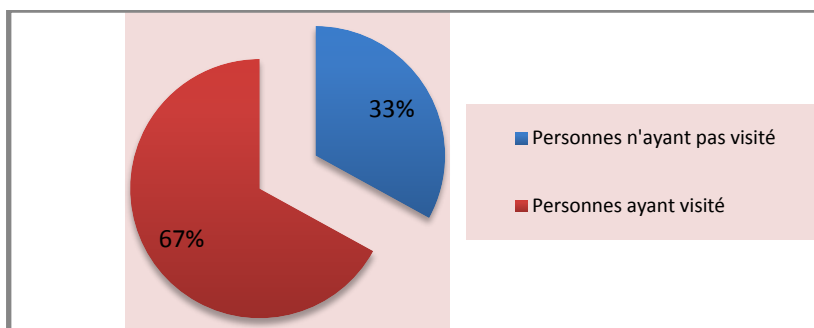
<sup>55</sup> Source : Entretien avec les résidents de sous-quartier de Hon Mot (Vinh Nguyen) le 11 janvier 2010.

<sup>56</sup> Assemblée Générale du Vietnam (2005) Loi du tourisme du Vietnam. 41p.

### 3.2. Un faible taux de résidents fréquentant les sites touristiques

Le tourisme durable est également établi sur le principe que tout le monde bénéficie du tourisme, en particulier les populations locales. Etant résidents, nous pensons qu'ils méritent de bénéficier des ressources touristiques naturelles et culturelles transmises par leurs ancêtres plus que les autres. Partant de cette raison, nous avons conduit des enquêtes à ce sujet, à savoir le ratio de fréquentation des sites touristiques par des populations locales. Le résultat de nos questionnaires montre qu'étant résidents de Nha Trang, ils n'ont pas tous la possibilité de visiter les sites touristiques. En effet, selon nos questionnaires, on voit qu'un tiers des résidents n'ont jamais fréquenté les sites touristiques comme le montre le graphique 11 ci-joint.

Graphique 11. Pourcentage des résidents locaux visitant les sites touristiques de la localité.

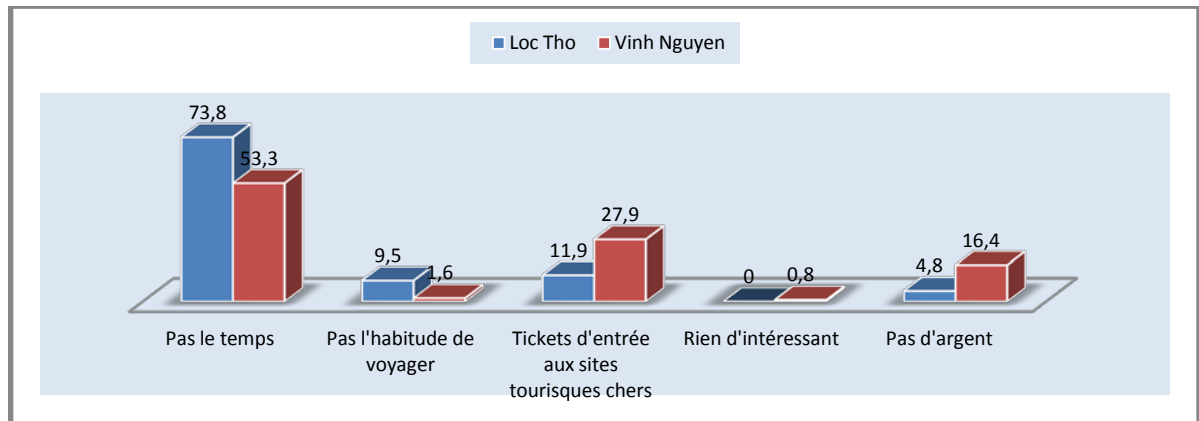


Source : LE Thi My Binh (2010)

Pour expliquer les raisons de ne pas fréquenter les sites touristiques, l'avis des populations locales de deux quartiers est tout à fait différent. L'un insiste sur la contrainte de temps et l'autre sur celle de l'argent. Plus concrètement, pour le quartier de Loc Tho, presque trois-quarts de ses résidents ne s'y rendent pas par manque de temps. 9.5% pensent que c'est par manque d'habitude. Tandis que pour celui de Vinh Nguyen, le manque de temps apparaît également comme le plus important sur le graphique. En plus, leur problème résulte du manque de moyens financiers tels que le prix élevé des tickets d'entrée aux sites touristiques (27.9%)<sup>57</sup> et l'absence totale de moyens financiers (16.4%) comme le souligne le graphique 12 ci-dessous.

<sup>57</sup> Les tickets d'entrée aux sites touristiques à Nha Trang varient de 5.500 vnd (0.18 euro) à 360.000 vnd (12 euros). Ceux des sites touristiques installés dans les îles, coûtent plus chers. Par exemple : 0.67 euro pour «Bai Tranh» ; 2,7 euros pour «Bai Mini» et 12 euros pour Vinpearl Land. Les prix d'entrée pour les sites touristiques situés sur la côte sont plus raisonnables. Par exemple : 0.53 euro pour les temples de Po Nagar ; 0.18 euro pour les rochers empilés. Les entreprises touristiques ne pratiquent aucune réduction de prix pour les résidents.

Graphique 12. Raisons de ne pas visiter les sites touristiques exprimées par les résidents interrogés.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Nous pensons que l'explication tient dans leur niveau de vie. Les rapports socio-économiques de Comités Populaires de deux quartiers Vinh Nguyen et Loc Tho (2010) explicitent, à notre avis, dans une certaine mesure cette différence de perceptions. Plus précisément, la moitié de la population locale du quartier Vinh Nguyen vit essentiellement de la pêche, l'aquaculture, la transformation des fruits de mer (surtout langoustes). Donc leurs revenus sont aléatoires car ils dépendent entièrement des conditions climatiques, des ressources aquatiques, de leurs investissements budgétaires ainsi que de la politique du développement économique général de Nha Trang. En ce moment, leur vie rencontre beaucoup de difficultés, à cause de la limite de capacité de bateaux de pêche (plus de 55% ont la capacité inférieure à 45 cv qui ne leur permet pas d'aller pêcher très loin) et de la zone de pêche restreinte. En plus, l'augmentation du prix du pétrole ne les encourage pas à beaucoup investir dans les installations de production. Les prêts bancaires sont également difficiles à obtenir, faute de garanties pour les ménages de l'île. Quant aux éleveurs des langoustes, le nombre de cages est en baisse (377 en 2006 contre 227 en 2010) à cause de la maladie des langoustes, et de produits alimentaires instables, du manque de planification de zone d'élevage, etc. Vu le revenu limité, ils n'ont pas le moyens de visiter davantage les sites touristiques locaux.

Contrairement aux résidents du quartier Vinh Nguyen, ceux du quartier de Loc Tho exercent des métiers plus stables (45% fonctionnaires, 25% professionnels du tourisme, 10 % petits commerçants et 20% d'autres métiers)<sup>58</sup>. Les résidents ayant des revenus mensuels assez élevés et élevés représentent 50% des populations locales du quartier (rapport économique du Comité Populaire du quartier de Loc Tho, 2010).

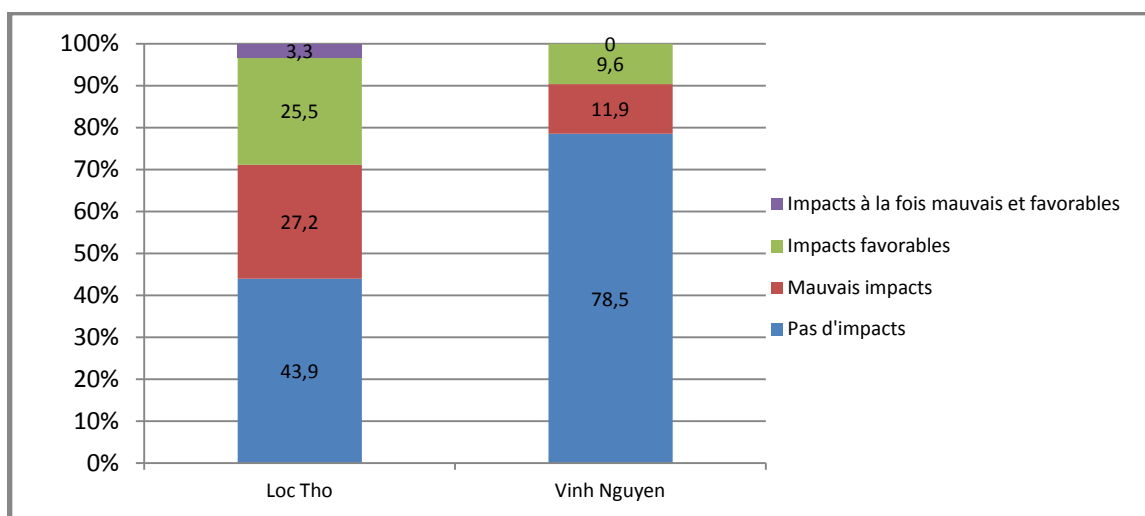
<sup>58</sup> Source : Entretien avec Mademoiselle le vice – président du Conseil Populaire du quartier de Loc Tho le 26 mai 2011.

### 3.3. Deux localisations, deux impacts socioculturels différents

Nous nous intéressons à la qualité de vie des résidents qui vivent dans des quartiers touristiques. La cohabitation touristes/résidents peut se faire sans heurts mais elle peut également causer des conflits d'usage du territoire (eau, électricité, bruits, etc.). L'enjeu de cette partie de l'évaluation sociale est l'examen des impacts des activités touristiques, à savoir si elles jouent un rôle dans l'amélioration de la situation ou dans son aggravation (Rudaz, 2006).

La notion d'«impact» signifie les changements négatifs ou positifs sur une situation donnée ou sur des groupes d'individus. Il s'agit des changements réels mais aussi des modifications de perception qui peuvent affecter une communauté à l'égard de l'activité touristique ou un individu face à la société visitée, passant de la bienveillance à l'hostilité, chez l'un, ou de la compréhension à l'ethnocentrisme, chez l'autre (Proulx, 2006). Partant de cette idée, en lien avec les populations locales, Guay et Lefebvre, 1995 (cité dans Proulx, 2006) définissent les impacts socioculturels comme ceux qui changent l'organisation sociale, la culture ainsi que la quotidienneté. Plus précisément, il s'agit des effets engendrés ou exacerbés par le tourisme liés au style de vie, à la qualité de vie collective et individuelle, aux relations amicales ou autres que les individus entretiennent entre eux, aux valeurs, aux conduites morales et aux systèmes de représentation.

Graphique 13. Perception des résidents interrogés sur les impacts du développement touristique à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (2010)

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

En regardant le graphique 13 ci-dessus, nous constatons un décalage d'avis entre les résidents du quartier Loc Tho et celui de Vinh Nguyen. De façon générale, près de la moitié des personnes interrogées au quartier Loc Tho pensent que le développement touristique à Nha Trang n'a pas d'impacts contre un peu plus des trois-quarts de ceux du quartier Vinh Nguyen. Parmi ceux qui pensent que le tourisme a des impacts, les avis se partagent presque équitablement entre ceux qui le jugent favorables et ceux qui au contraire le considèrent comme mauvais. Un faible pourcentage de 3.3% de résidents de Loc Tho remarque que le tourisme crée à la fois des mauvais impacts et des impacts favorables. Ces différences de perception s'expliquent par le fait que les impacts sont différemment perçus et vécus selon les acteurs sociaux en présence. (Lanquar, 1985 ; Guay et Lefebvre, 1995 ; Jenkins, 1997 ; Brunt et Brunt, 1999 cité dans Proulx, 2006) déterminent ses variations en fonction :

- Du milieu d'accueil, de ses caractéristiques, et de son niveau de développement, incluant le développement touristique.
- Du nombre de personnes en présence, des modalités de contact et de la durée de contacts.
- Des valeurs et modèles culturels et sociaux des résidents en contact et de la perméabilité socioculturelle des communautés hôtes.
- De l'attitude individuelle des touristes et des types de touristes, voire des rapports qu'ils entretiennent avec la communauté d'hôte.

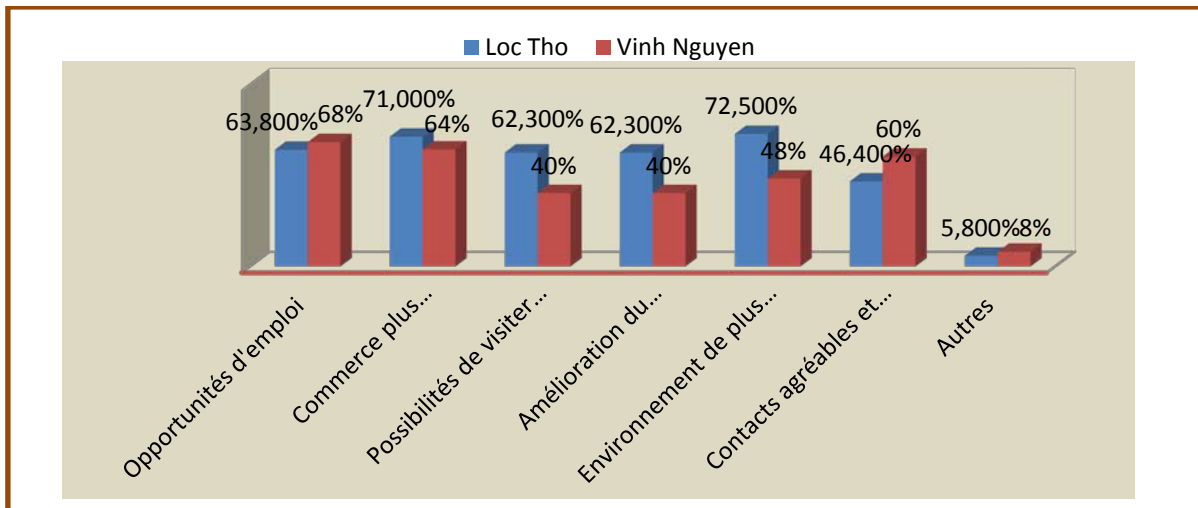
En fonction des caractéristiques différentes des deux quartiers mentionnés (localisations, professions, revenus, contacts avec les touristes, etc.), nous allons expliciter les différences de perceptions en analysant les impacts mauvais et favorables de deux quartiers concernés.

### **3.3.1. Impacts favorables**

Concernant les impacts favorables, nous remarquons à la fois des points communs et des points différents entre l'avis de la population locale de deux quartiers (Loc Tho et Vinh Nguyen). Plus précisément, tous les interviewés des deux quartiers pensent que les impacts favorables les plus importants qu'ils ont sont les opportunités d'emploi (63.8% pour le quartier Loc Tho contre 68% pour Vinh Nguyen) et le commerce plus favorable (71% pour Loc Tho contre 64% pour Vinh Nguyen) comme le montre le graphique 14 ci-joint.



Graphique 14. Impacts favorables du développement touristique à Nha Trang selon les résidents interrogés.



Source: LE Thi My Binh (2010)

Ces statistiques correspondent tout à fait aux résultats de nos enquêtes auprès des résidents de ces deux quartiers. Plus précisément, le tourisme permet aux résidents de gagner leur vie de plusieurs manières. Pour les résidents ayant plus d'argent, soit ils louent des chambres d'hôtels, soit ils proposent des services de restauration, de transport, de guidage, etc. Quant à ceux qui ont un capital limité, ils peuvent gagner de l'argent par de boulots précaires comme vendeurs ambulants, conducteurs de cyclo-pousse, masseuses à la plage, rameurs en yole, etc.

Sauf des idées communes, leurs avis sont différents sur d'autres points. Par exemple, plus de la moitié des interviewés du quartier de Loc Tho pensent que le développement touristique ouvre à la population locale plus de possibilités de visiter les centres touristiques, contrairement à 40% de ceux de Vinh Nguyen pour les raisons financières et du manque d'attrance pour les sites touristiques (Cf. 3.2). Près de trois-quarts des interviewés du quartier de Loc Tho remarquent que le tourisme contribue à la propreté et à l'agrément de leur quartier contre près de la moitié du quartier de Vinh Nguyen. En revanche, 60% d'interviewés du quartier de Vinh Nguyen constatent que le tourisme permet d'avoir des contacts agréables et fructueux avec les touristes, contrairement à 46.4 % de ceux du quartier de Loc Tho comme le montre le graphique 8.

A notre avis, ces points de vue différents s'expliquent par la différence de l'espace vécu. Le quartier de Loc Tho se trouve au centre ville où se concentrent la plupart des entreprises touristiques comme les hôtels, les bars, les restaurants, les agences de voyage, les clubs de plongées, etc. (Cf. partie 1). Tandis que les touristes peuvent se livrer aux activités nautiques (plongée, baignade, jet-ski, etc.) dans celui de Vinh Nguyen. Nous allons approfondir les trois

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

points de vue (amélioration du savoir-vivre, grande propreté de l'environnement ainsi que contacts agréables et fructueux) comme exemples.

La plupart des touristes passent leur séjour dans les hôtels, situés dans le quartier Loc Tho. C'est le seul quartier de routards à Nha Trang. Les établissements touristiques (hôtels, restaurants, bars, clubs de plongée, boutiques de souvenirs, etc.) y sont juxtaposés avec les logements des résidents. Tous les jours, ils voient les touristes passer devant leur porte. Les contacts avec des personnes venant d'autres cultures leur permettent de s'interroger sur leur comportement ainsi que sur leur habillement. De plus, depuis quelques années, avec le soutien des autorités locales, la ville de Nha Trang s'embellit grâce à ses parcs aménagés, aux plantes installées tout au long de la plage de Nha Trang. Installé au centre de la ville, les résidents du quartier de Loc Tho voient clairement ce changement.

Pour les résidents du quartier de Vinh Nguyen, leurs avis sont différents de ceux du quartier précédent. Comme défini par MIT (2002), les sites de Hon Mieu (Vinh Nguyen) et Hon Mot (Vinh Nguyen) sont des lieux où les touristes passent, mais ne séjournent pas. Ils y restent seulement quelques heures dans la journée lors de leurs brèves visites dans les villages de pêcheurs ou bien leur passage en yole. Ils n'ont guère de contacts directs avec les îliens, ou bien ils n'ont parfois aucune relation avec eux, car les habitations sont loin des bateaux de touristes. Ces contacts épisodiques ne causent pas de conflits entre touristes et résidents. Lors de nos enquêtes, les îliens trouvaient les touristes gentils, agréables. Nous retenons de bonnes impressions vis-à-vis des touristes chez les îliens : *«ça nous plaît de prendre en contact avec les touristes internationaux», «En passant, les touristes nous disent bonjour très poliment», «Chaque jour, il y a beaucoup de touristes. On est bien heureux», «Quand les touristes retournent ici, ils viennent nous chercher pour parler. Ça nous rend heureux», «Beaucoup de touristes ont de la sympathie pour nous»<sup>59</sup>.*

Pourtant, sauf de petits bénéfices matériels comme l'argent, des bonbons, des stylos, des cahiers que les touristes donnent aux enfants du village de pêcheurs, le tourisme ne permet pas aux îliens de s'enrichir. En revanche, contrairement à l'entretien des plages sur la côte, depuis quelques années, les îles de la baie de Nha Trang ayant du potentiel touristique sont dénaturées au profit de la construction d'hôtels, de parcs de loisir, de golfs, etc. Une telle atteinte paysagère détruit la beauté naturelle de la baie de Nha Trang. Vivant tous les jours sur les îles, les résidents du quartier Vinh Nguyen estiment davantage que le tourisme dégrade le

---

<sup>59</sup> Source : Entretien des îliens en janvier 2010.

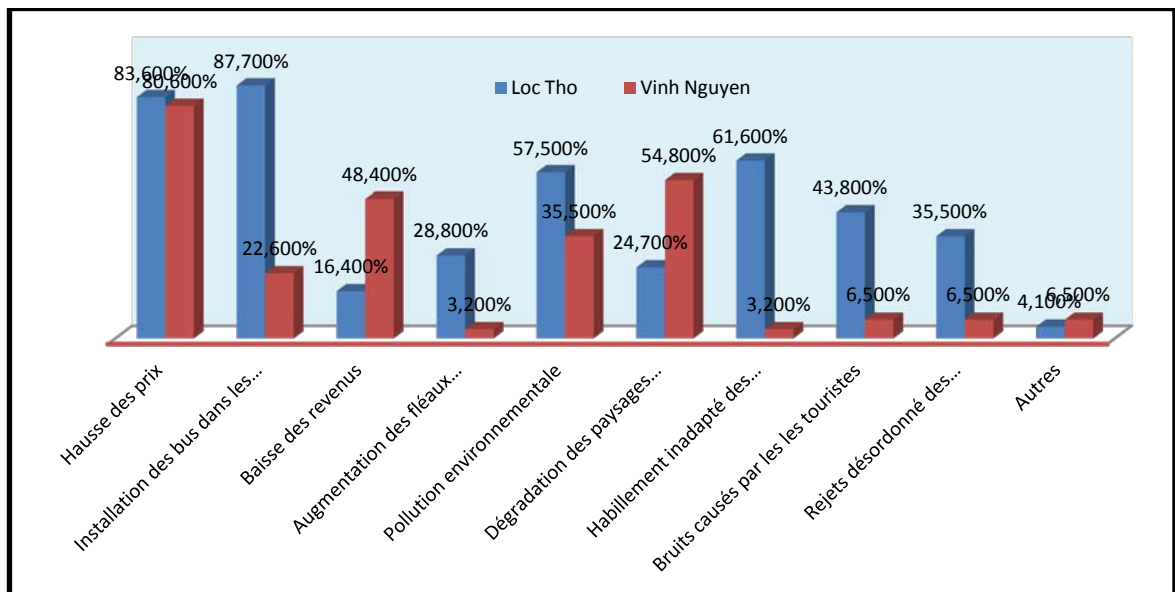
*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

paysage naturel de Nha Trang (54.8% contre 24.7% du quartier de Loc Tho comme le montre le graphique ci-dessous). Il s'agit des impacts négatifs que nous allons aborder ci-dessous.

**3.3.2. Impacts négatifs**

En ce qui concerne les impacts négatifs, nous constatons que trois-quarts de résidents de deux quartiers partagent pratiquement un même avis sur la hausse des prix. Pour le prouver, à notre connaissance, il n'y a aucune recherche à ce sujet. Les données du Service de finance de Khanh Hoa (2009 et 2010) semblent nier cette perception, c'est-à-dire selon ces statistiques, les prix des aliments (porcs, bœufs, poulets, légumes, etc.) pendant la haute saison touristique à Nha Trang (du mai en août) étaient en baisse ou bien restaient stable par rapport aux autres mois de l'année (Cf. annexe 6). Ils sont plutôt élevés lors des tempêtes, des maladies et surtout des fêtes traditionnelles du Vietnam. Faute d'un manque de documents justificatifs, nous pensons qu'une ville touristique comme Nha Trang n'est pas un cas exceptionnel comme nous disait la directrice du Bureau de planification du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa «*Notre service n'a pas mené des études à ce sujet. Mais je pense que les résidents ont raison. Nous remarquons également la hausse des prix surtout pendant les jours de fête*»<sup>60</sup>. A part cette perception commune, les autres opinions sont légèrement différentes d'un quartier à l'autre comme le montre le graphique 15 suivant.

Graphique 15. Impacts négatifs du développement touristique à Nha Trang selon les résidents interrogés.



Sources : LE Thi My Binh (2010)

<sup>60</sup> Source : Entretien avec la directrice du bureau de planification touristique (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa) le 30 mai 2011.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Ainsi, plus de trois-quarts des populations locales du quartier de Loc Tho pensent que l'impact négatif vient du conflit d'usage dans les espaces. «Un conflit est un processus dans lequel une partie perçoit que son intérêt se trouve contredit ou négativement affecté par les intérêts d'une ou plusieurs autres parties» (Wall et Callister, 1995 cité dans Lahaye, 2006 p.184). Ce terme recouvre non seulement les aspects visibles des forces en opposition, mais aussi les tensions sous-jacentes. Les conflits d'usage des résidents de ce quartier résultent d'une part des bus garés dans les rues et qui empêchent la circulation. En effet, comme il y a un manque des parkings, les bus s'arrêtent partout (devant les hôtels, dans les rues, et même dans les ruelles, etc.) et d'autre part des échoppes installés dans les trottoirs. Comme tous les trottoirs sont occupés, les résidents du quartier Loc Tho sont obligés de marcher sur la chaussée pour aller à la plage chaque matin, ce qui est dangereux pour leur sécurité. Cependant, cette proportion est plus faible dans la population locale du quartier Vinh Nguyen (22.6%), car la plupart des gens vivent dans les îles. Nous constatons également une nette différence de perception de l'habillement des touristes qui dérange beaucoup plus les résidents de Loc Tho comme disait certains résidents de ce quartier «*Certains touristes internationaux ne s'habillent pas correctement dans la rue (culottes, maillots). Trop sexy. Ils méprisent le Vietnam* <sup>61</sup>».

De plus, au regard des caractéristiques du quartier de Loc Tho telles que nous venons de préciser, les résidents de ce quartier insistent beaucoup sur l'augmentation de la délinquance comme vols, prostitutions, disputations (28.8% pour le quartier de Loc Tho contre 3.2% pour celui de Vinh Nguyen), sur la pollution environnementale (57.5 % pour le quartier de Loc Tho contre 35.5 % pour celui de Vinh Nguyen), les bruits causés par les touristes (43.8 % pour le quartier de Loc Tho contre 6.5 % pour celui de Vinh Nguyen) et le rejet anarchique des ordures par les touristes (35.6 % pour le quartier de Loc Tho contre 6.5 % pour celui de Vinh Nguyen). Pour justifier leur choix, les résidents interrogés du quartier de Loc Tho disent que des habitudes différentes provoquent également les nuisances chez eux. Par exemple, ils ont l'habitude de dormir tôt (vers 9 heures du soir) et de se lever tôt (vers 5 heures du matin). Tandis que les touristes, surtout internationaux, préfèrent passer la nuit dans les bars jusqu'à deux ou trois heures du matin après une journée de plongée, de baignade dans la baie de Nha Trang. Les résidents de ce quartier ont du mal à dormir à cause des bruits venant des bars, des disputes entre vendeurs, entre prostituées et touristes et entre prostituées comme disait un résident du quartier Loc Tho : «*Les prostituées font le racolage, elles suivent les touristes partout pour leur demander la pitié. Elles sont fières d'avoir un copain étranger*». Le

---

<sup>61</sup> Source : Entretien des résidents du quartier Loc Tho en janvier 2010.

## ***Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang***

syndrome d'éloignement du domicile et la transe touristique qui se vit sous le mode de la fête et du jeu amènent le touriste à se comporter de façon différente lors de son séjour de vacances. Loin des paramètres sociaux contraignants de sa vie quotidienne, il peut, à titre d'exemple, user davantage d'alcool ou de drogues, ou s'adonner plus activement au jeu et au sexe. Malheureusement, ces demandes «déviantes» créent une pression auprès des populations locales qui y répondent, de leur côté par une multiplication de services «déviantes» comme la prostitution et les casinos, lesquels sont décrits comme le «parasitisme du tourisme» (Proulx, 2006).

De plus, ils ne sont pas contents de voir certains lieux publics utilisés dans un but touristique comme trottoirs, parcs et plages. En effet, les plages sont considérées comme les caractéristiques paysagères importantes du tourisme littoral où les touristes et les résidents pourraient se baigner et se distraire. Pour l'instant, *«il existe dans les îles très peu de plages largement accessibles à la population locale. Les plages bien localisées et faciles à exploiter sont privatisées»*<sup>62</sup>. Elles sont destinées plutôt à la clientèle ayant de l'argent (Institut de l'architecture, de la planification urbaine et rurale, 2008), et aménagées de manière dissuasive comme le montrent la photo 16 ci-dessous.

Photographie 16. Mini plage (Hon Mieu), exemple de privatisation des plages.



Source : LE Thi My Binh (Août, 2010)

Sur la côte, heureusement qu'il n'existe pas de plages distinctes, une réservée aux touristes vietnamiens et l'autre réservée aux touristes internationaux comme à Mui Ne

<sup>62</sup> Source : Entretiens des résidents de Hon Mieu en janvier 2010

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang* (Vietnam) (Peyvel, 2009). Par contre, la plage de Nha Trang est en train d'être privatisée par les entreprises touristiques, surtout celles qui sont localisées dans la rue Tran Phu longeant la plage de Nha Trang. En effet, ces dernières élargissent leur «zone de commerce» dans la rue en question en faisant un «lieu de détente» complémentaire sur la plage derrière leur «zone de commerce». Cet endroit est bien clôturé par de petits drapeaux, réservé à leur clientèle comme le montrent la photographie 17 ci-jointe. Nous pensons que les ressources naturelles dont la plage appartient à toute la population locale. Il faudrait que tout le monde en bénéficie. Dans l'avenir, avec de nombreux projets touristiques situés dans la rue Tran Phu, la superficie de l'utilisation de la plage de Nha Trang réservée aux résidents sera réduite si les autorités locales n'a pas de politiques fermes pour arrêter cet envahissement «illégal».

Photographie 17. Un exemple de «privatisation» des entreprises touristiques sur la plage de Nha Trang



Source : LE Thi My Binh (Décembre 2010)

Contrairement à l'avis de la population locale du quartier de Loc Tho, nous remarquons que presque la moitié des populations locales du quartier de Vinh Nguyen pensent que la baisse des revenus est un des impacts négatifs importants contre 16.4% pour le quartier Loc Tho). Cette idée est paradoxale par rapport à ce que les résidents du même quartier pensent de l'impact favorables du tourisme : opportunités d'emplois et commerce plus favorables (Cf. 3.3.1). Ceci pourrait s'expliquer par le fait que le tourisme ne bénéficie pas de la même manière à tous les résidents ayant des activités économiques liées au tourisme. Plus précisément, bien que le tourisme se soit fortement développé, il n'apporte que des avantages aux transporteurs de bateaux, aux entreprises touristiques mais pas aux résidents. Ces derniers sont encore très pauvres. Leur vie rencontre des difficultés (Nguyen, 2008).

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Comme la plupart des agrégats relatifs au tourisme, le nombre d'emplois est très difficile à évaluer. Cette difficulté provient d'abord de la démarcation des activités touristiques, qu'il n'est pas facile de cerner de façon indiscutable. On peut en effet prendre en compte les seuls emplois directs, c'est-à-dire ceux des activités dites caractéristiques du tourisme, ou y ajouter les emplois indirects dans d'autres secteurs liés au tourisme comme les transports, les services, la fabrication ainsi que la vente de biens consommés par les touristes. Une autre difficulté résulte du caractère à temps partiel, saisonnier ou temporaire de nombreux emplois relatifs au tourisme, comme de cette activité elle-même. Enfin, les spécialistes du tourisme tendent souvent à gonfler leurs évaluations avec les emplois «induits» par les activités touristiques, c'est-à-dire ceux qui satisfont les besoins des personnes travaillant dans les activités touristiques, ce qui, comme la notion de multiplicateur d'investissement, est contestable (Merlin, P. 2001).

La question de la nature de l'emploi est la plus importante et signifiante (Proulx, 2006). Bien que le tourisme suppose une certaine création d'emplois, ceux-ci ne sont pas de qualité, marqués par une faible rémunération, la précarité ainsi que la saisonnalité. Et ces emplois sont souvent assurés par des femmes et des jeunes. En effet, lors de notre étude de terrain, nous avons constaté que contrairement aux résidents du quartier de LocTho propriétaires d'hôtels, d'agences de voyage, de restaurants, etc. qui leur apportent des bénéfices directs considérables, les résidents ayant des activités économiques en lien avec le tourisme du quartier Vinh Nguyen, notamment dans les îles de la baie de Nha Trang pratiquent seulement de petits boulots comme rameurs en yole, vendeuses des produits-souvenirs, de boissons ou d'aliments et joueurs de scène de Ho Ba Trao (une danse traditionnelle, interprétée par les enfants de pêcheurs à l'île Mun) comme les montrent la photographie 18 ci-jointe.

Photographie 18. Exemples de petits boulots effectués par les résidents îliens du quartier Vinh Nguyen.



Source : LE Thi My Binh (2010) et LE Duc Minh Khoa (2005)

Depuis quelques années, malgré le développement touristique très rapide à Nha Trang, les revenus de résidents ayant des activités économiques liées au tourisme du quartier de Vinh Nguyen sont en baisse au profit des entreprises touristiques pour divers raisons. D'une part, *«afin d'obtenir les meilleurs prix et d'éviter les ennuis au cours de leur voyage, les touristes ont tendance à réserver leurs programmes de visite par l'intermédiaire d'agences de voyage qui leur proposent souvent des voyages forfaitaires (hôtels, bus, bateaux, visites, restauration, etc.). Ces derniers possèdent généralement des bateaux, des bus ou des hôtels. En cas de besoin de grands nombres, ils préfèrent passer par d'autres agences spécialisées pour louer des bateaux, des bus plutôt que les louer directement aux individus»*<sup>63</sup>.

De plus, par manque des fonds, les îliens ne peuvent ni monter des restaurants flottants ou des quais flottants (voir la photographie 19 ci-jointe) qui appartiennent tous à des investisseurs allochtones qui possèdent toujours une équipe de personnel venant de la côte.

<sup>63</sup> Source : Informations obtenues lors de nos entretiens auprès des agences de voyage : GM Travel et Asia Adventure en octobre 2009.



## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Les touristes prennent leur déjeuner au quai où ils s'arrêtent pour pratiquer des activités nautiques sans accoster sur les îles. En réalité, les résidents îliens ne profitent pas vraiment de l'installation de ces investissements. En effet, parmi les petites activités économiques liées au tourisme que nous venons de mentionner, nous constatons que seulement les rameurs en yole gagnent bien leur vie (100 000 Vnd/jour<sup>64</sup> s'il y a des touristes) contre 20 000 Vnd<sup>65</sup>/jour par la vente de boissons et d'aliments<sup>66</sup>. Cette différence de revenus journaliers donne naissance à un désir d'une vendeuse de boissons au sous-quartier de Hon Mot : *«Lorsque le bateau reste à l'ancrage au large, seuls les touristes qui ont le mal de mer accostent pour retrouver un peu la terre ferme. Je rêve alors d'une mer agitée qui ferait descendre tous les touristes auxquels je pourrais vendre davantage de boissons»*.

Photographie 19. Quai flottant, exemple des investissements allochtones à Hon Mot (Quartier Vinh Nguyen – Nha Trang).



Source : Alain MAHARAUX (janvier, 2010)

Par ailleurs, la monopolisation de grands établissements touristiques comme Vinpearl Land, l'«écoresort» Hon Tam et le port de Nha Trang, conduit progressivement à la diminution de revenus des résidents (surtout transporteurs et vendeurs). En effet, ayant des moyens de transports, ces comptoirs touristiques ont également leurs propres quais d'embarquement, isolés par rapport à l'embarcadère touristique principal de Cau Da. Une fois arrivés à ces deux quais, les touristes sont transportés directement aux comptoirs touristiques par leurs bateaux sans s'arrêter à l'embarcadère touristique de Cau Da. Cela empêche les petits commerçants de vendre leurs marchandises et les transporteurs individuels de gagner leur vie. Il est nécessaire de souligner que les touristes ont théoriquement le droit de prendre

<sup>64</sup> Environ 4 euros.

<sup>65</sup> Environ moins d'un euro.

<sup>66</sup> Source : Entretiens avec les résidents de Hon Mot le 11 janvier 2010.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

le bateau d'un petit passeur local. Mais dans ce cas là, ils doivent payer deux fois (une fois pour ces comptoirs touristiques et une fois pour le petit passeur).

De plus, depuis un certain temps, sous prétexte d'assurer la sécurité des touristes, chaque fois que les paquebots s'arrêtent au port d'embarquement Cau Da, sa direction loue des stands au prix moyen de 700 000 VND<sup>67</sup>/jour/stand au sein du port pour permettre aux commerçants d'y vendre des objets souvenir. «*Ce n'était pas le cas d'autrefois*<sup>68</sup>» comme nous disaient certains résidents du sous-quartier Cau Da. Pendant les journées d'accueil de paquebots, ce port est de plus interdit aux autres vendeurs. Seuls les loueurs des stands, inscrits sur la liste de la direction du port d'embarquement, peuvent y entrer pour vendre leurs souvenirs. Une telle fermeture empêche les résidents du sous-quartier 1 Cau Da (Vinh Nguyen), initialement connus par la fabrication et la vente d'objets souvenirs en coquillage, d'y entrer pour les vendre directement aux clients. Lors de nos deux études de terrain en octobre et novembre 2010, nous avons remarqué que peu de touristes sortaient du port pour acheter de souvenirs, vendus par les résidents à l'extérieur. Contrairement à l'ambiance agitée dans le port, celle à l'extérieur semblait très tranquille. Au delà de la barrière (voir la photographie 20 suivante), seulement les chauffeurs de taxi attendaient certains touristes souhaitant découvrir la ville de Nha Trang individuellement. Les résidents de sous-quartier 1 Cau Da (Vinh Nguyen), situés juste à la sortie du port, étaient tout à fait à l'écart de l'accueil des touristes, venus en paquebots.

Photographie 20. Un exemple de contraste entre l'ambiance agitée au port d'embarquement Cau Da et l'ambiance tranquille chez les résidents du sous-quartier Cau Da 1 (Vinh Nguyen).



Source : LE Thi My Binh (Novembre 2010)

En ce qui concerne les recrutements des employés locaux, nous avons interrogé les autorités locales du quartier de Vinh Nguyen à ce sujet. Ils n'avaient pas sous les yeux le

<sup>67</sup> Environ 28 euros.

<sup>68</sup> Source : Entretiens avec les résidents du sous-quartier Cau Da 1 le 12 janvier 2010.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

chiffre exact de la population locale travaillant pour les projets touristiques localisés dans les îles. Pourtant, selon eux, ce pourcentage reste très limité. En effet, les îliens ne bénéficient pas beaucoup de la mise en place de «Vinpearl Land» «Hon Tam écoresort» et l'aquarium de Tri Nguyen (Hon Mieu). Par exemple, placé sous la direction d'une agence de voyage de l'Etat, ce dernier aquarium ne reçoit qu'un seul employé issu du village de pêcheurs Hon Mieu, parmi leurs soixante-dix employés (Nguyen, 2008). Le secteur touristique demande toujours une grande qualité à son personnel pour mieux répondre aux exigences de la clientèle. Ce critère devient de plus en plus sélectif surtout pour les comptoirs touristiques de luxe comme Vinpearl Land et Hon Tam écoresort. La limitation d'embauche des îliens sur place s'explique par les entreprises touristiques ne manifestent aucun intérêt pour les embaucher sous prétexte d'un bas de niveau de scolarité<sup>69</sup>, d'un esprit indiscipliné et d'un bénéfice plus important dans la pêche comme les soulignait le vice-directeur de l'Aquarium de Tri Nguyen (Nguyen, 2008) : *«Notre entreprise ne peut pas recruter de résidents en raison de leur faible niveau scolaire et leur manque de compétence professionnelle liée au tourisme. Avec une telle scolarité restreinte, ils peuvent seulement occuper des emplois de jardinage et de nettoyage. Mais ils refusent de pratiquer ces emplois»* et le vice-directeur d'une entreprise de plongée<sup>70</sup> : *«Nous embauchons déjà certains pêcheurs pour travailler dans notre entreprise parce qu'ils savent plonger. Au bout de quelques mois, ils démissionnent, car ils gagnent mieux leur vie avec la pêche que dans le tourisme»*. Toujours selon ces deux responsables dans Nguyen (2008), *«Les îliens ont l'habitude de pratiquer des emplois «libres». Ils ne peuvent pas travailler dans un organisme bien structuré comme une entreprise touristique. Il est très difficile de convaincre la population locale de travailler pour notre entreprise, car leur travail principal est d'aller à la pêche pour gagner de l'argent. Ils sont pauvres. Ils ne s'inquiètent pas à leur avenir»*.

Contrairement à l'avis des gestionnaires d'entreprises touristiques, du côté des résidents, lors de nos enquêtes, nous constatons toujours leur envie de travailler pour ces entreprises touristiques comme nous disait certains résidents de Hon Mieu et Hon Mot<sup>71</sup> : *«L'aquarium Tri Nguyen embauche seulement une personne depuis son installation dans l'île. Je ne connais pas ses critères d'embauche. Je pense que nos enfants peuvent facilement exercer de*

---

<sup>69</sup> Concernant le niveau de scolarité, il y a différents degrés : nul (analphabète), primaire, secondaire 1<sup>er</sup> degré (collège), secondaire 2<sup>e</sup> degré (lycée), universitaire. Selon les statistiques de la Réserve la baie de Nha Trang en 2010, 64.5% des chefs de foyers ont le niveau primaire, 27.3% ont fait des études de collège, 2.5% ont suivi des études de lycée, seul 0.8% ont le niveau universitaire tandis que les analphabètes occupent 5% (contre 6.1% des adultes analphabètes de tout le pays en 2004).

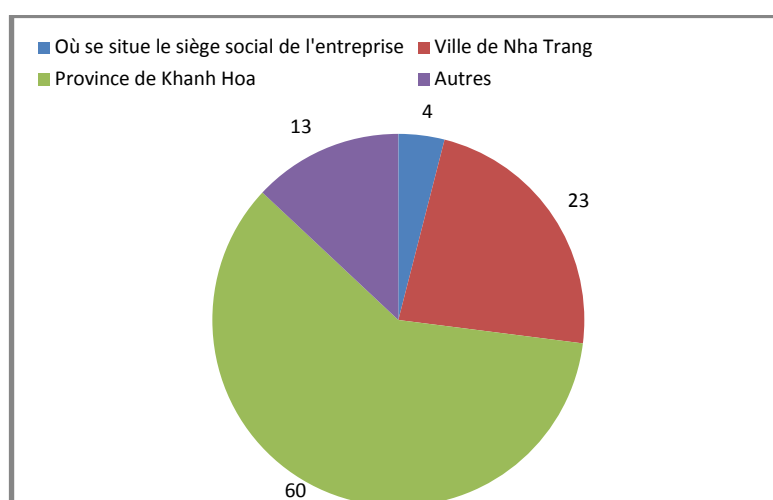
<sup>70</sup> Source : Entretien avec le Vice-directeur de Rainbow le 12 juillet 2010.

<sup>71</sup> Source : Entretien avec les résidents de Hon Mieu et Hon Mot en septembre 2009 et en janvier 2010.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*  
*petits boulots comme jardiniers, nettoyeurs ou serveurs. Par contre, la direction de cet aquarium ne les laisse pas travailler dans son établissement à cause de leur faible niveau de scolarité» ; «Seulement un personnel de l'île Hon Mot travaille au quai flottant. Si le propriétaire de ce dernier voulait vraiment embaucher des résidents, il suffirait d'une brève formation pour pouvoir travailler dans son entreprise».*

Le faible taux d'îliens travaillant dans les entreprises touristiques localisées dans les îles de la baie de Nha Trang n'est pas exceptionnel. Nous remarquons ce même problème sur la côte. Selon Vo Sang (2010), parmi 137 entreprises touristiques localisées sur la côte, seulement un faible pourcentage (4%) de leurs employés est issu du quartier où est situé le siège social de l'entreprise. 23% sont venus des autres quartiers de la ville de Nha Trang, 61% de la province de Khanh Hoa et 13% d'autres provinces du Vietnam comme le montre le graphique 16 suivant.

Graphique 16. Résidence d'origine des employés dans les entreprises touristiques interrogées en pourcentage.



Source : VO SANG (2010)

Toujours d'après Vo Sang (2010), les entreprises touristiques embauchent des employés correspondant à leurs critères d'embauche sans tenir compte de «l'élément local» du personnel. C'est à dire au lieu d'embaucher un employé pas assez qualifié, issu du quartier où se trouve leur siège social, ils préfèrent recruter un travailleur qualifié venant d'ailleurs. En particulier, lors de nos conférences en janvier 2010, organisé dans le cadre de la recherche de Vo Sang (2010) auprès des représentants des autorités locales et de ceux des entreprises touristiques, certains invités estimaient que le fait d'obliger les entreprises touristiques à embaucher les résidents est contre la loi des entreprises 2005. Ce document législatif facilite le recrutement du personnel des entreprises sans leur imposer la responsabilité de donner du

## ***Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang***

travail aux populations locales. En revanche, la compétition devient plus ardente, car lorsque la profession a une qualité de service exigeante, l'emploi dans le secteur du tourisme doit s'adapter à la demande des touristes (Vellas, 2007). Et les résidents, surtout ceux qui ont un niveau de scolarité très bas comme les îliens, ont moins de chance de travailler dans les entreprises touristiques, surtout dans les comptoirs touristiques comme Vinpearl Land et Hon Tam écoresort.

En résumé, citons une interview effectuée auprès de l'un des ex-responsables du quartier Vinh Nguyen (Nha Trang)<sup>72</sup> :

*«Autrefois, plus de 80% des touristes s'arrêtaient à l'embarcadère touristique. Ce pourcentage a diminué à 50% suite à la mise en place de deux comptoirs touristiques Vinpearl Land et Hon Tam écoresort. Les projets touristiques dans les îles ont profité à la localité grâce aux impôts, aux entreprises touristiques, aux touristes, aux intellectuels, mais pas aux résidents, car ils ne leur ont pas donné la possibilité d'y trouver un grand nombre d'emplois. Plus le tourisme se développe, moins les résidents en bénéficient. Autrement dit, le développement de grands projets touristiques a diminué les services touristiques (vente de souvenirs, transporteurs, ventes des boissons et des aliments) offerts par nos résidents».*

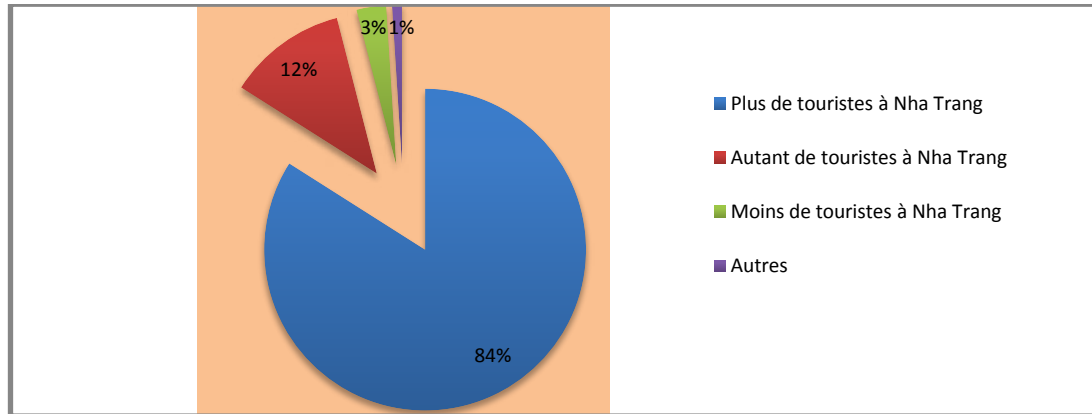
### **3.4. Une forte volonté de participer au développement touristique.**

Malgré les avis différents sur les impacts ainsi que l'évaluation générale du développement touristique, les résidents expriment leur envie d'accueillir le plus de touristes possibles. En effet, sur 500 personnes interrogées, une large majorité des résidents souhaitent qu'il y ait plus de touristes à Nha Trang. 12% désirent conserver le même nombre de touristes. Seulement un très faible 3 % souhaitent diminuer ce nombre comme le montre le graphique 17 ci-joint.

---

<sup>72</sup> Source : Informations obtenue lors de notre entretien au quartier Vinh Nguyen le 6 janvier 2010.

Graphique 17. Avis de la population locale vis-à-vis du nombre de touristes dans l'avenir.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Pour un pays en voie de développement comme le Vietnam, les intérêts économiques semblent primordiaux. Nous constatons que les responsables locaux et les résidents partagent la même idée. Lors de nos entretiens auprès des autorités locales, ils confirment que «*Nous donnons priorité au tourisme pour des raisons économiques. Les échanges culturels occupent la 2<sup>e</sup> place*». Quant aux résidents souhaitant avoir plus de touristes dans l'avenir, ils sont également de cet avis : «*Je souhaite recevoir plus de touristes pour gagner davantage d'argent*» comme nous disais un rameur en yole<sup>73</sup>. Dans l'ensemble, leurs avis se concentrent sur les points suivants, classés par ordre prioritaire. Il s'agit de raisons économiques : augmentation des revenus de la population locale ayant des activités économiques liées au tourisme, celle du budget de la province, amélioration du niveau de vie de la population locale, développement multisectoriel de la localité, commerce favorable, meilleure construction des infrastructures, création d'emplois, etc.), des raisons culturelles (enrichissement de la vie culturelle de la population locale, enrichissement du savoir-vivre, création de liens amicaux, présentation de la culture locale et de la beauté paysagère de Nha Trang aux touristes, etc.) ainsi que des raisons d'ambiance (création d'une atmosphère joyeuse). Ainsi, un interviewé pense que le développement touristique a moins d'impact environnemental que d'autres industries.

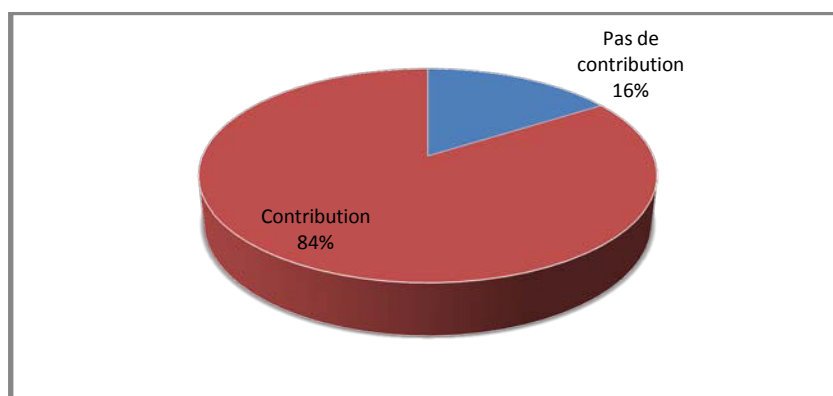
Les résidents souhaitant maintenir le nombre de touristes (12%) veulent «*stabiliser le prix des marchandises et le niveau de vie*», «*préserver les paysages et les îles*», «*contrôler les conditions d'hygiène*», «*garantir la sécurité sociale, la sécurité routière et la qualité environnementale*». Seulement 3.4% de personnes interrogées souhaitent diminuer le nombre de touristes, car cela permettrait d'«*éviter la pollution par les ordures, les impacts négatifs*».

<sup>73</sup> Source : Entretien avec le résident de Hon Mot le 11 janvier 2010.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang sur la sécurité et l'ordre social, les embouteillages provoqués par le transport des touristes, les bruits après 23 heures, l'augmentation de prix des marchandises, d'avoir une vie plus calme, d'assurer de meilleures conditions d'hygiène*». Un autre interviewé pense que «*les équipements touristiques actuels ne répondent pas encore aux besoins des touristes*». Ainsi, un interviewé pense que la direction de l'embarcadère touristique de Cau Da s'intéresse seulement aux bateaux touristiques. «*Les installations pour les bateaux de plaisance y est illogique. Les petits bateaux de pêche s'en trouvent exclus à cause des bateaux de plaisance*». En effet, l'embarcadère touristique de Cau Da était, à l'origine, réservé aux bateaux de pêches et aux passeurs pour le transport des îliens. Avec le développement touristique, ce port est devenu un embarcadère touristique. Tous les jours, les bateaux de plaisance s'amarrent au même quai que les passeurs. Ce conflit d'usage provoque éventuellement des dégâts matériels. En particulier, nous retenons pour l'instant deux idées des îliens. Ils souhaitent voir plus de touristes afin d'augmenter les revenus. Ils craignent par contre que les grands projets touristiques viennent accaparer leurs terrains d'habitation et grever leurs ressources vitales.

Partant de l'envie de recevoir plus de touristes dans l'avenir, nous remarquons également une très forte volonté de participation au développement touristique chez les populations locales. Tandis que 16% s'y opposent comme le montre la graphique 18 ci- dessous.

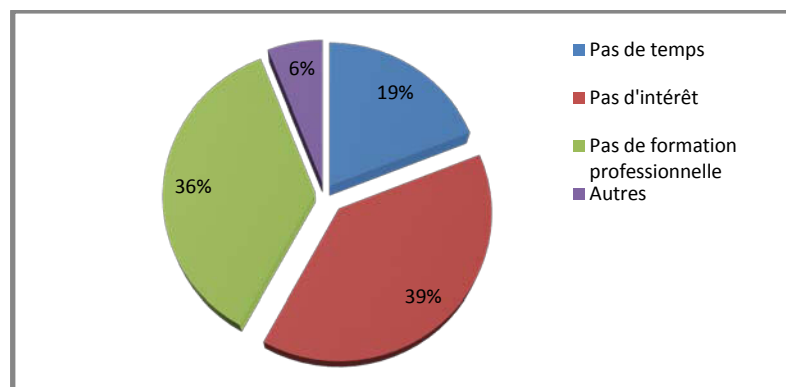
Graphique 18. Pourcentage des résidents souhaitant contribuer au développement touristique local.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Parmi ce faible pourcentage (16%) ne voulant pas contribuer au développement touristique, les raisons les plus importantes sont le manque d'intérêt (39%) et celui de formation professionnelle (36%). Le manque de temps représente 19%. Tandis que 6% ne le veulent pas pour d'autres causes (âgées et pas d'argent) (voir le graphique 19 ci-joint).

Graphique 19. Raisons pour lesquelles les résidents ne souhaitent pas contribuer au développement touristique.



Source : LE Thi My Binh (2010)

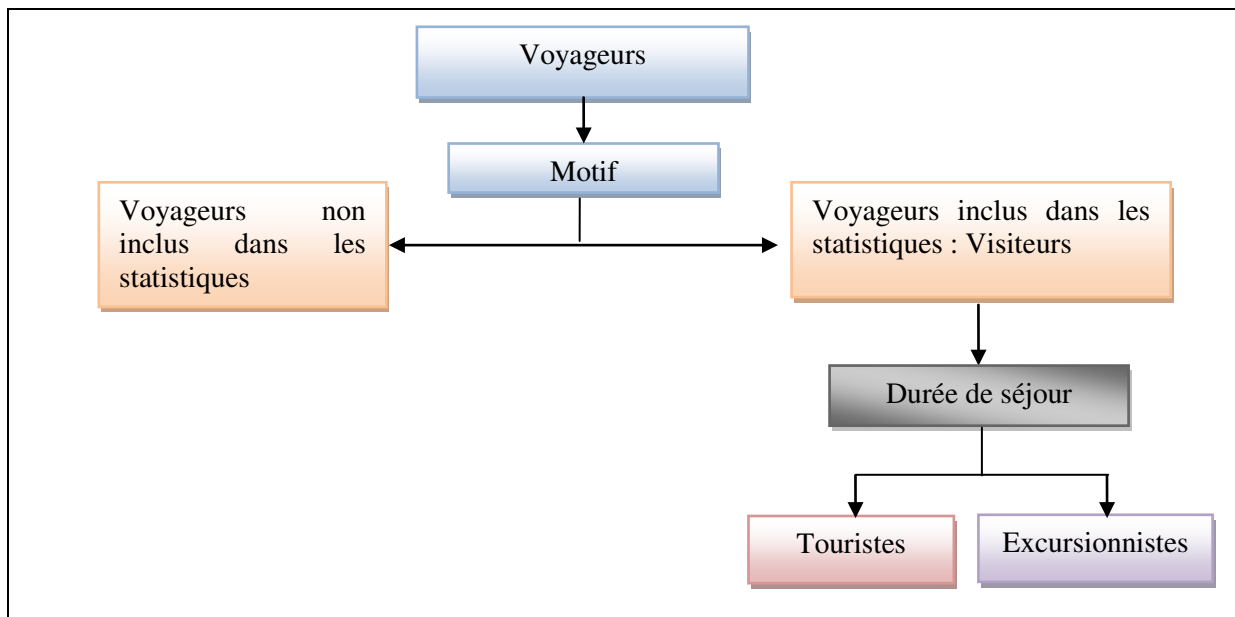
En résumé, les résidents connaissent à la fois des impacts positifs et négatifs du développement touristique locale. Ces derniers impacts sont différents en fonction de leur lieu d'habitation. Force est de constater que le développement touristique actuel ne profite pas à tout le monde. Le tourisme local se développe de façon spontanée. Les résidents considèrent comme invisibles les effets des politiques de développement touristique de la localité. C'est-à-dire qu'ils développent eux-même des activités touristiques, et tout en en tirant profit, ne s'intéressent ni au développement touristique en général, ni aux activités locales dans ce domaine. Par contre, malgré toute leur réticence, ils souhaitent quand même avoir plus de touristes dans l'avenir en espérant mieux gagner leur vie.



## Chapitre 4 : Un touriste toujours plus exigeant

Dès le début du XVIII<sup>e</sup> siècle, le terme «Tour» apparaît et évoque, en ces temps là, le voyage d'étude ou d'agrément en Europe par les jeunes aristocrates anglais, le fameux *Grand Tour of Europe*. Le terme «touriste» servait à caractériser ces jeunes voyageurs anglais. Fondamentalement élitiste au départ, ce dernier terme est progressivement appliqué à la mesure de sa démocratisation à d'autres groupes de personne : artistes, propriétaires d'usines, commerçant puis populations de classe moyenne avec l'avènement, notamment, des congés payés. Quant à OMT, 1995 cité dans Botti, L., Peypoch, N., Solonandrasana, B., (2008), il répartit les voyageurs en deux grandes catégories : ceux qui sont inclus dans les statistiques du tourisme (visiteurs)<sup>74</sup> et ceux qui ne le sont pas. Ces derniers comportent les personnes se rendant dans un pays pour y exercer une profession rémunérée, pour s'y établir ou pour y représenter leur pays d'origine. En fonction de la durée de séjour, la distinction est ensuite établie entre les touristes et les excursionnistes dont la durée de séjour ne dépasse pas une journée comme l'illustre le schéma suivant.

Schéma 1. Voyageurs, visiteurs, excursionnistes et touristes (adaptée d'OMT, 1995).



Source : Botti, L., Peypoch, N., Solonandrasana, B., (2008)

Par contre, la plupart des pays n'utilisent pas cette définition. Par exemple, l'Espagne et les pays scandinaves nomment «touristes» tous les étrangers passant la frontière. Pour les Suisses, ne sont touristes que les gens qui descendent dans des hôtels ou des lieux

<sup>74</sup> Par visiteur, on entend « toute personne qui se déplace vers un lieu situé en dehors de son environnement habituel pour une durée inférieure à douze mois et dont le motif principal de la visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité » (p.12).

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

d'hébergement touristiques. C'est ainsi que beaucoup de campeurs ne sont pas des «touristes» (Lutz, K.B. et Schmitt, C., 1993). Au Vietnam, le concept «touriste» est défini dans la loi du tourisme du Vietnam en 2005, p.4 comme suit : «Un touriste est une personne qui voyage ou qui fait des pratiques touristiques en se déplaçant, sauf les déplacements pour les études, le travail ou dans un but professionnel pour recevoir des rémunérations au lieu d'arrivée». Sans déterminer la durée de séjour, ni caractériser le mode d'hébergement, les touristes sont classés en deux typologies : «khách nội địa» et «khách quốc tế». On entend par «khách nội địa» les citoyens vietnamiens et les étrangers résidant au Vietnam qui voyagent sur le territoire vietnamien. Tandis que «khách quốc tế» sont les étrangers et les Vietnamiens résidant à l'étranger qui voyagent au Vietnam ; les citoyens vietnamiens et les étrangers résidant au Vietnam qui voyagent à l'étranger. A notre avis, cette classification indiquée dans la loi du tourisme du Vietnam en 2005 n'est pas claire. Et quelquefois, elle cause également des malentendus. En réalité, les statistiques du Bureau de statistiques national et celles du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa recensent le nombre de «khách quốc tế» en se basant seulement sur ceux des touristes ayant d'autres nationalités et des Vietnamiens d'outre mer qui voyagent au Vietnam sans compter celui des citoyens vietnamiens et des étrangers résidant au Vietnam qui voyagent à l'étranger.

Pour faciliter l'appellation des touristes, dans le cadre de notre thèse, nous désignons par «khách quốc tế» [les «touristes internationaux»] qui ne sont pas vietnamiens et prennent leurs vacances à Nha Trang. Nous optons pour «touriste domestique» pour désigner «khách nội địa». Notre choix s'explique d'abord par des raisons pratiques. Ce terme est la traduction littérale de «domestic tourism» très répandu dans l'ensemble des études sur le tourisme. Il est également utilisé dans la loi du tourisme du Vietnam en 2005.

Avant de mieux comprendre la problématique principale de ce chapitre : évaluation de satisfaction des touristes, il nous semble nécessaire d'adresser brièvement une typologie des touristes venant à Nha Trang.

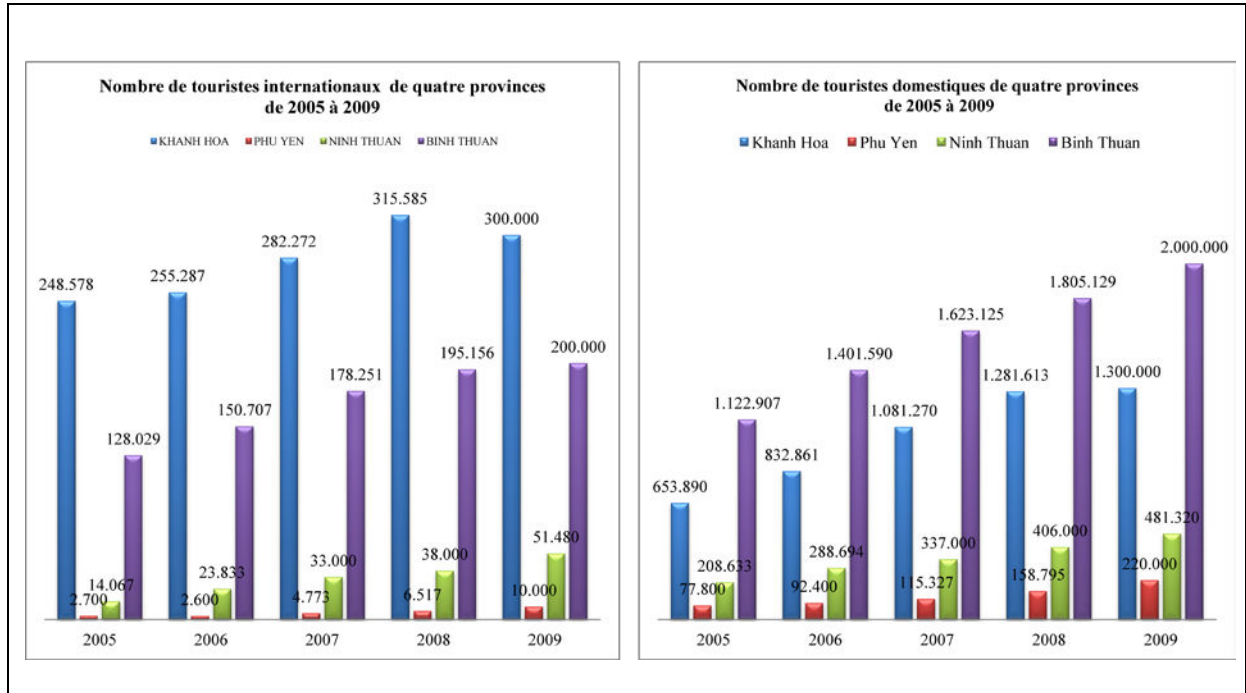
### **4.1. Une station familiale s'ouvrant à l'international**

Comme partout au Vietnam, les véritables «leviers» du développement touristique à Nha Trang ont été créés suite à la mise en place de «Đổi mới» en 1986 (Cf. partie 1). Cette politique de renouveau facilite non seulement la mobilité des Vietnamiens mais aussi l'entrée des étrangers.

**Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang**

La plupart de touristes internationaux venant dans la province de Khanh Hoa séjourne à Nha Trang. En regardant le graphique 20 ci-dessous, nous constatons que le nombre de touristes internationaux a légèrement augmenté de façon linéaire entre 2005 et 2008 en passant de 248.578 personnes en 2005 à 315.585 en 2008. En revanche, nous notons une légère chute de 5 % en 2009.

Graphique 20. Nombre de touristes de quatre provinces : Binh Thuan, Ninh Thuan, Khanh Hoa, et Phu Yen de 2005 à 2009.



Source : LE Thi My Binh (2010) à partir des données de l'Institut des recherches et du développement touristique (2010)

Ce chiffre est encore très loin du désir des autorités locales qui souhaitent parvenir à un chiffre annuel de 500.000 touristes internationaux à l'horizon 2010<sup>75</sup>. Les autorités locales ont pris conscience de la diminution du nombre de cette clientèle. Par contre, «*il nous semble difficile de donner des explications précises à ce sujet*» comme le souligne la responsable du bureau de la planification touristique auprès du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa<sup>76</sup>. Cette relative défection pourrait peut être s'expliquer par le fait que d'une part, la situation internationale a des conséquences imprévisibles comme la crise économique, la menace de stabilité politique, le terrorisme, l'apparition d'épidémies (SRAS, grippe aviaire

<sup>75</sup> Comité de propagande et d'éducation du parti communiste de Khanh Hoa (2005) «Programme du développement touristique de la province de Khanh Hoa entre 2006 et 2010» (p.31-42) dans Dix programmes économiques importants de Khanh Hoa.

<sup>76</sup> Source : Entretien avec la Responsable la Responsable du bureau de la planification touristique (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa) le 3 janvier 2010.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

H1N1), etc. Toutes ces perturbations - aux quelles s'ajoute le manque de produits touristiques typiques à la localité - freinent l'envie de voyager chez les touristes internationaux, surtout pour les voyages de longue durée (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009). D'autre part, Nha Trang n'est pas parvenu à établir d'avantage concurrentiel par rapport à d'autres destinations, au Vietnam ou ailleurs à cause du prix élevé lié à l'hébergement, à la restauration et aux centres de loisirs élevé (Bich Khue, 2009). A ce sujet, Monsieur le directeur de l'Association du tourisme de Khanh Hoa a le même avis (Bich Khue, 2009) :

*“ En comptant trop sur les avantages touristiques locaux, nous ne nous occupons pas assez des investissements adéquats. Dans la situation actuelle, une diminution des prix est appliquée dans le monde entier. Prenons le cas de la Thaïlande, qui a mis en place une réduction de 50% à 60% dans les hôtels. Dans certains hôtels, on propose même des chambres gratuites. Les touristes ne paient que les autres services touristiques. Au Vietnam, Ho-Chi-Minh-Ville et la province de Binh Thuan ont déjà baissé leurs prix en général afin d'attirer les touristes. En revanche, à Nha Trang, les prix sont en augmentation, surtout dans les trois services principaux : hébergement (hôtels de 3 étoiles à 5 étoiles), frais d'entrée aux sites touristiques et aux parcs de distraction, gastronomie”.*

Cependant, si le nombre global des touristes internationaux diminue, leurs origines sont de plus en plus variées. Les touristes les plus nombreux viennent principalement de six pays : Etats- Unis, Australie, France, Angleterre, Allemagne et Japon (Rapport du Service de la Culture, des Sports et du Tourisme, 2010). En particulier, depuis la fin de 2004, les touristes russes à destination du Vietnam en général et de Nha Trang en particulier deviennent un marché prometteur. Une autre catégorie de touristes internationaux qu'il faut mentionner est celle qui arrive à Nha Trang en paquebot et qui ne passe que quelques heures à visiter Nha Trang. Ce nombre est relativement important et va croissant (de neuf bateaux en 2001 à vingt-quatre en 2009)<sup>77</sup>. Toutes ces visites sont exploitées par les grandes agences de voyage dont le siège est à Ho Chi Minh Ville (HCMV). Ces dernières embauchent quelques fois des guides locaux, louent des voitures à Nha Trang ou bien elles font venir leurs propres guides et leurs moyens de transport de HCMV, selon le nombre de passagers et leurs demandes. Ces

---

<sup>77</sup> Source : Information obtenue lors de notre entretien auprès de Monsieur le responsable du bureau de l'inspection de la culture, des sports et du tourisme – Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa le 30 novembre 2010.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

exploitations venant de l'extérieur démontrent encore une fois la faiblesse compétitivité des entreprises touristiques de Nha Trang sur le marché vietnamien.

Photographie 21. Un exemple de la réception de touristes internationaux venant à Nha Trang en paquebot.



Source : LE Thi My Binh (Octobre 2010)

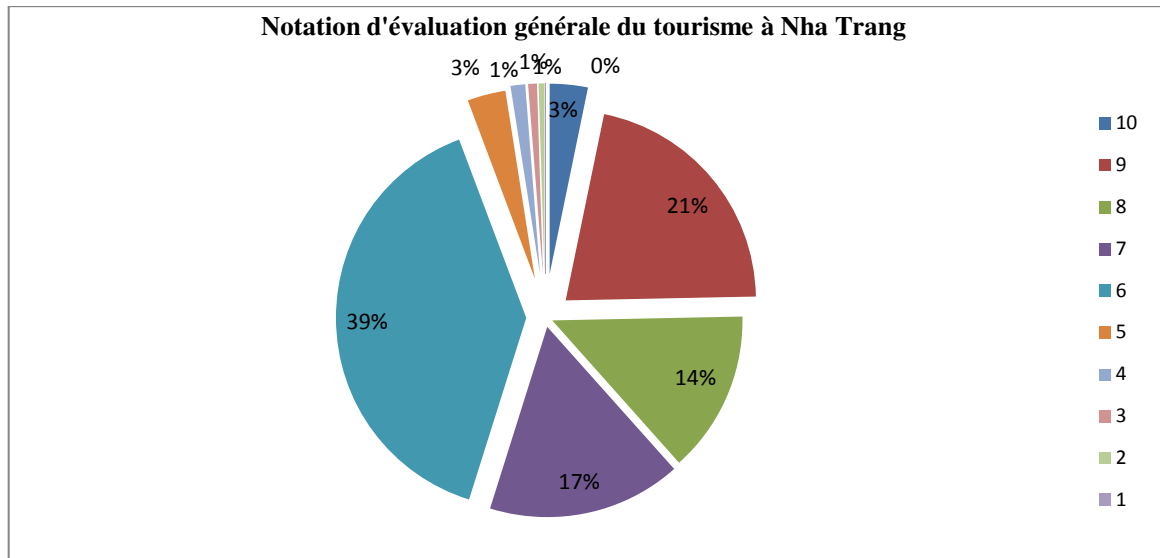
Contrairement au nombre de touristes internationaux, celui de touristes domestiques présente un développement plus accentué (plus le double) en montant de 653.890 passagers en 2005 à 1.300.000 en 2009. Ceci n'est pas seulement lié au fait que les vietnamiens sont plus riches et donc qu'ils font du tourisme, c'est aussi parce que leurs rapports aux temps libres, à l'individualité et à son bien-être ont évolué. L'urbanisation, l'industrialisation et la tertiarisation de l'économie, la salarisation et l'augmentation du niveau de vie ont en effet des conséquences sociales et mentales importantes (Peyvel, 2009). Pourtant, nous remarquons le nombre de touristes domestiques s'est accru avec modération par rapport aux trois autres provinces balnéaires voisines comme Binh Thuan, Ninh Thuan et Phu Yen qui ont connu un afflux plus significatif (Cf. graphique 20 ci-dessus). Pour expliquer complètement la chute du nombre de touristes internationaux ainsi que l'augmentation légère des touristes domestiques, il faut réaliser une étude plus poussée qui ne fait pas l'objet de notre travail. Nous nous intéressons à évaluer les satisfactions des touristes conformément aux principes du tourisme durable que nous avons mentionné dans l'introduction générale.

#### **4.2. Tourisme à Nha Trang, un secteur en quête de professionnalisme**

Dans la section 4.1, nous avons recensé certaines caractéristiques générales de touristes à Nha Trang. Par contre, nous avons du mal à les appliquer dans nos questionnaires pour obtenir un échantillon représentatif en respectant la répartition proportionnelle adéquate de touristes domestiques par rapport à celui de touristes internationaux. La première raison réside dans la confusion entre touristes domestiques et touristes internationaux décrite dans la loi du tourisme du Vietnam 2005, qui ne nous a pas permis de distinguer clairement les touristes domestiques des touristes internationaux. Une autre difficulté est liée à la période et à la durée de notre enquête, à l'origine des touristes venant à Nha Trang pendant le temps où nous avons effectué notre enquête, et surtout de leur volonté de répondre ou non. La plupart de touristes, surtout les touristes domestiques, n'avaient pas l'habitude de répondre à cette sorte de questionnaire. Voyageant toujours en groupes (Cf. annexe 7), ils ont refusé de nous accorder du temps pour remplir nos questionnaires. Cependant, pour ce qui est des questionnaires remplis par les populations locales, nous retenons plus de bonne volonté et d'«initiatives» chez les touristes interrogés, en particulier chez les touristes internationaux (Cf. l'introduction générale). Notre échantillon se composait de 401 touristes dont un peu plus de la moitié étaient des touristes internationaux. Presque la moitié de touristes se situaient entre 21 et 30 ans. Le sexe de touristes interrogés était également partagé : 50.12% de sexe féminin et 49.88% de sexe masculin (Cf. annexe 8).

Selon le résultat de nos questionnaires, la satisfaction générale des touristes à Nha Trang est relativement bonne puisque les pourcentages les plus élevés sont attribués à la note 6 (39%) et aux notes supérieures comme le montre le graphique 21 suivant.

Graphique 21. Notation du tourisme à Nha Trang effectuée par les touristes (de 1 à 10).



Source : LE Thi My Binh (2010)

Ce résultat est relativement «satisfaisant» pour une station-ville de longue histoire touristique comme Nha Trang. Pour concrétiser davantage ce résultat, nous avons analysé par la suite un acteur touristique très important ayant des liens directs avec les touristes : les entreprises touristiques selon les indicateurs mentionnés dans l'introduction générale. Il s'agit de la valorisation de ressources humaines du tourisme ; de la qualité de l'accueil et des services touristiques ainsi que de l'insécurité en lien avec le tourisme. Notre évaluation se déroule dans un premier temps au niveau individuel (comportement et compétences professionnelles du personnel). Cet élément joue un rôle décisif dans le développement de tout métier, surtout dans les métiers du tourisme où la production et la consommation des produits touristiques a lieu en même temps dans un même lieu. Comme dans les autres métiers de service, la qualité des produits touristiques dépend largement de la compétence professionnelle du personnel et de son comportement. Dans un deuxième temps, nous élargissons notre analyse au niveau collectif (qualité générale de services offerts par les établissements touristiques). La démarche qualité est devenue inhérente à toute activité touristique, dans un souci de rentabilité (réduire les coûts de non-qualité), d'image de l'entreprise, de ses produits, de la fidélisation de la clientèle, mais aussi dans celui de s'inscrire dans une problématique de tourisme durable (Merasli, 2004). Pour les professionnels, l'avenir du tourisme passe par la recherche de la qualité et de la performance. La qualité dans les industries du tourisme est resté longtemps difficilement mesurable de part la grande hétérogénéité des activités ainsi que de la définition des produits touristiques.

#### **4.2.1. Des comportements donnant une satisfaction relative**

Si l'on analyse individuellement les graphiques (voir le graphique de synthèse 22 ci-joint), nous pouvons remarquer que pour les restaurants, un tiers des touristes trouve que les restaurants sont corrects ou satisfaisants et un cinquième trouve qu'ils sont excellents et correspondent à l'attente. 6.48% de personnes ont des jugements notés médiocre et (0.25%) inadmissible. Ces appréciations correspondent à la différence évaluée subjectivement par les clients interrogés, entre la qualité perçue et la qualité attendue en fonction du niveau de prix choisi : «excellent» correspond à une satisfaction totale par rapport à l'attente, «satisfaisant» signifie que les qualités l'emportent sur les défauts, «correct» correspond à une satisfaction moyenne, «médiocre» dénote une impression dominante de mécontentement et «inadmissible» veut dire que la prestation de ce restaurant ne correspond en rien à ce que l'on serait en droit d'attendre à ce niveau de tarification. L'appréciation porte naturellement sur un ensemble d'éléments, intégrant le niveau gastronomique bien sûr – qualité des produits, fraîcheur, cuisson, sauces, présentation, mais également le niveau de service, la qualité du cadre, l'ambiance, l'agrément sonore et thermique, le niveau d'hygiène, le confort des toilettes, etc .

Par contre, les transports présentent une situation différente. Malgré le fort pourcentage de réponses d'un comportement correct (37.41%) et un moindre de taux de réponses excellentes (17.21%) et satisfaisantes (23.69%), on voit apparaître un pourcentage relativement important de personnes insatisfaites avec 12.72% de médiocre et même d'inadmissible (2.24%).

Quant aux hôtels, les réponses se partagent quasiment à égalité entre «excellent», «satisfaisant» et «correct» (33.42%, 27.93% et 34.16%), ce qui nous semble indiquer dans le secteur de l'hôtellerie qu'une attention particulière est apportée au comportement dans la formation au sein des entreprises hôteliers. Les sites touristiques et les agences de voyage présentent la même structure de réponses avec un fort pourcentage de réponses indiquant un niveau de satisfaction moyen («correct» pour 33.42% des visiteurs interrogés sur les sites touristiques contre 31.67% dans les questionnaires des agences de voyage). Les réponses «satisfaisant» et «excellent» viennent ensuite avec des pourcentages rapidement dégressifs.

En ce qui concerne l'évaluation des sites touristiques et des agences de voyage, l'absence de réponse est relativement élevée (entre 15.71% et 23.19%), ce qui semble



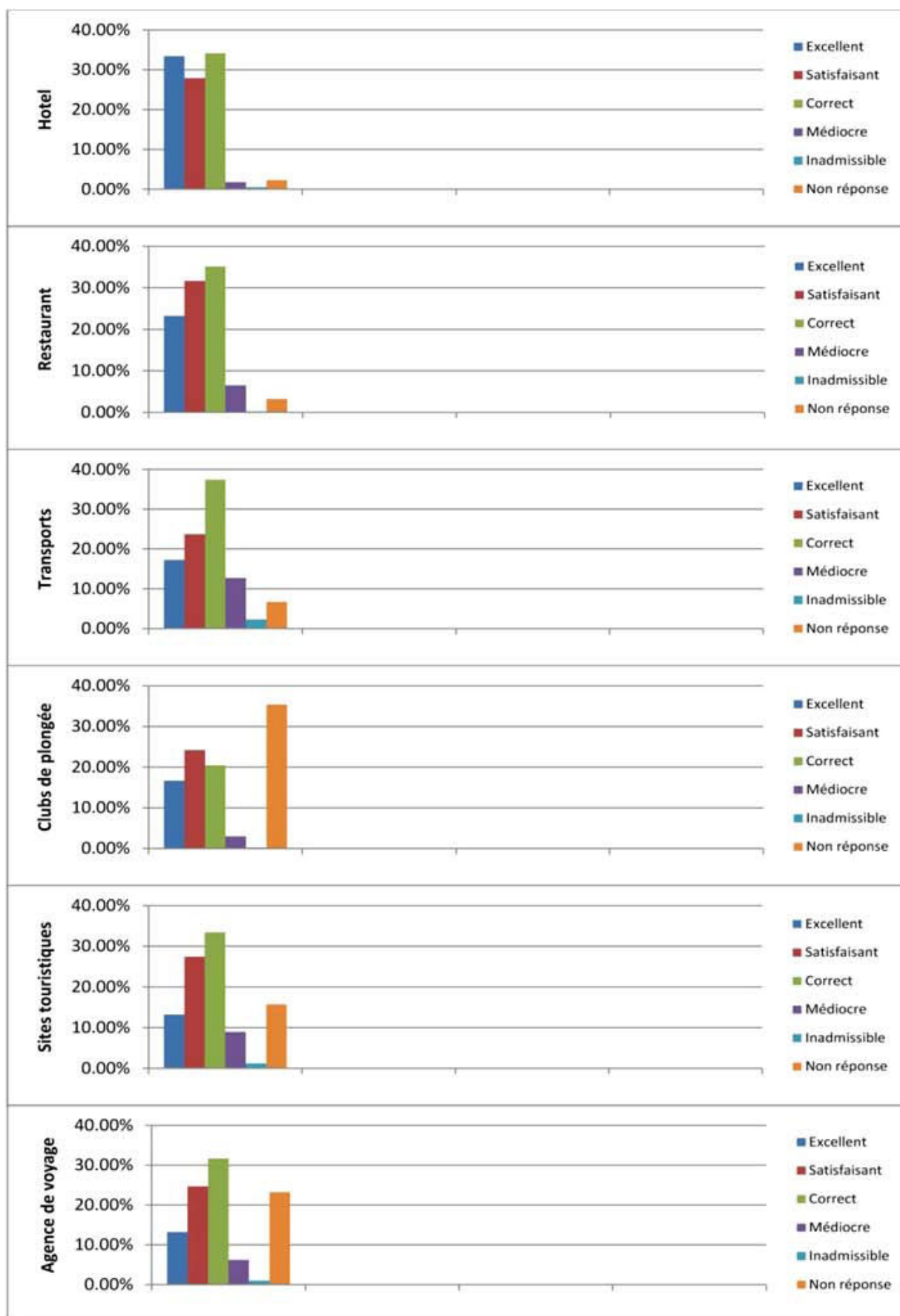
*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

confirmer, comme nous l'avons signalé dans 4.1, que tous les touristes ne passent pas par les agences et que certains touristes ne s'intéressent pas aux monuments et ils ont d'autres buts de visites.

Pour les clubs de plongée, les rapports sont différents, dans des proportions significatives. Les comportements satisfaisants (24.19%) apparaissent en premier derrière des comportements caractérisés de corrects (20.45%) presque à égalité avec le comportement excellent (16.71%). Ce résultat indique dans les domaines où technique rigueur et sécurité sont absolument requises, il est possible de respecter les normes pour satisfaire les clients. Quant à l'absence importante de réponse, elle laisse à penser que les touristes interrogés ne sont pas concernées ou intéressées par les clubs de plongée.

Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang

Graphique 22. Synthèse de l'évaluation des comportements du personnel dans le secteur du tourisme



Source : LE Thi My Binh (2010)

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Afin de justifier les choix des touristes, leurs avis sont à la fois positifs et négatifs. Du côté positif, la plupart des touristes ont jugé que *«le personnel était poli, enthousiaste, amical, hospitalier, dynamique, empressé et sérieux. Plus précisément, ils s'intéressaient à leur clientèle et leur ont donné des conseils liés aux sites touristiques et aux activités proposées. Ils ont répondu de façon précise, claire et rapide aux demandes de leurs clients. Cela leur a donné l'impression agréable d'être comme chez eux. Ils ont également aidé leur clientèle à résoudre les problèmes rencontrés pendant leur séjour. Ceci leur a permis d'éviter une perte de temps, par exemple aux guichets pour les billets d'entrée des sites touristiques. Le personnel de grands hôtels comme le «Sunrise» a été très apprécié pour sa gentillesse et son accueil»*.

En dehors de la perception favorable, les touristes ont également exprimé leur avis négatif de façon générale sans préciser de quels établissements touristiques venait le personnel (hôtels, restaurants, transports, clubs de plongée, sites touristiques ou agences de voyage). Prenons des exemples les plus cités :

- Manque d'honnêteté pour les services *«notes de téléphone plus élevées que la réalité»*.
- Attitudes inadéquates *«le personnel était accueillant et efficace seulement quand il avait reçu des pourboires de la part des touristes internationaux. Il a obligé sa clientèle à payer plus cher que prévu»*.
- Manque de connaissances de psychologie des touristes *«même si c'était un premier voyage à Nha Trang, le personnel les a traités comme s'ils y étaient venus plusieurs fois et comme s'ils avaient déjà beaucoup voyagé»*.

Dans la perspective d'une réflexion sur l'évolution du tourisme à Nha Trang dans un sens plus durable, il est important de noter la manière dont les relations interpersonnelles trahissent parfois un malentendu sur la place du touriste et le rôle de la pratique locale. Ainsi, les touristes se sont particulièrement plaints du comportement du personnel des transports, des agences de voyage ainsi que des sites touristiques : *«Le personnel des transports (dans les bus notamment) n'est pas souriant, ni gentil. Il répond à ses clients de façon désagréable. Quelquefois, il ne veut pas répondre. Il existe encore un écart entre les touristes internationaux et les touristes domestiques. Les premiers sont mieux servis que les nationaux. Le personnel des sites touristiques comme celui des Temples Po Nagar, des Rochers Empilés et du restaurant "Po Nagar" n'a pas satisfait à la demande des touristes. Il est jugé froid et*

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*  
*son comportement très négatif. De plus, un touriste a dit que le fait d'être trop scrupuleux et trop présent de façon permanente auprès des touristes a rendu le personnel antipathique».*

Il ressort de l'analyse de ces graphiques sur le comportement que le critère de «correct» est le critère central qui permet de nous positionner et d'effectuer une analyse comparative dans les hôtels et les restaurants où l'excellence et la satisfaction sont importantes. En comparaison avec les secteurs «hôtels» et «restaurants», pour les sites touristiques, les agences de voyage et les transports, les remarques «médiocre» apparaissent nettement, alors que baisse le critère «excellent», signe d'un laisser-aller du comportement dans ces secteurs. Les clubs de plongée apparaissent comme un cas à part lié à la spécificité de l'entreprise.

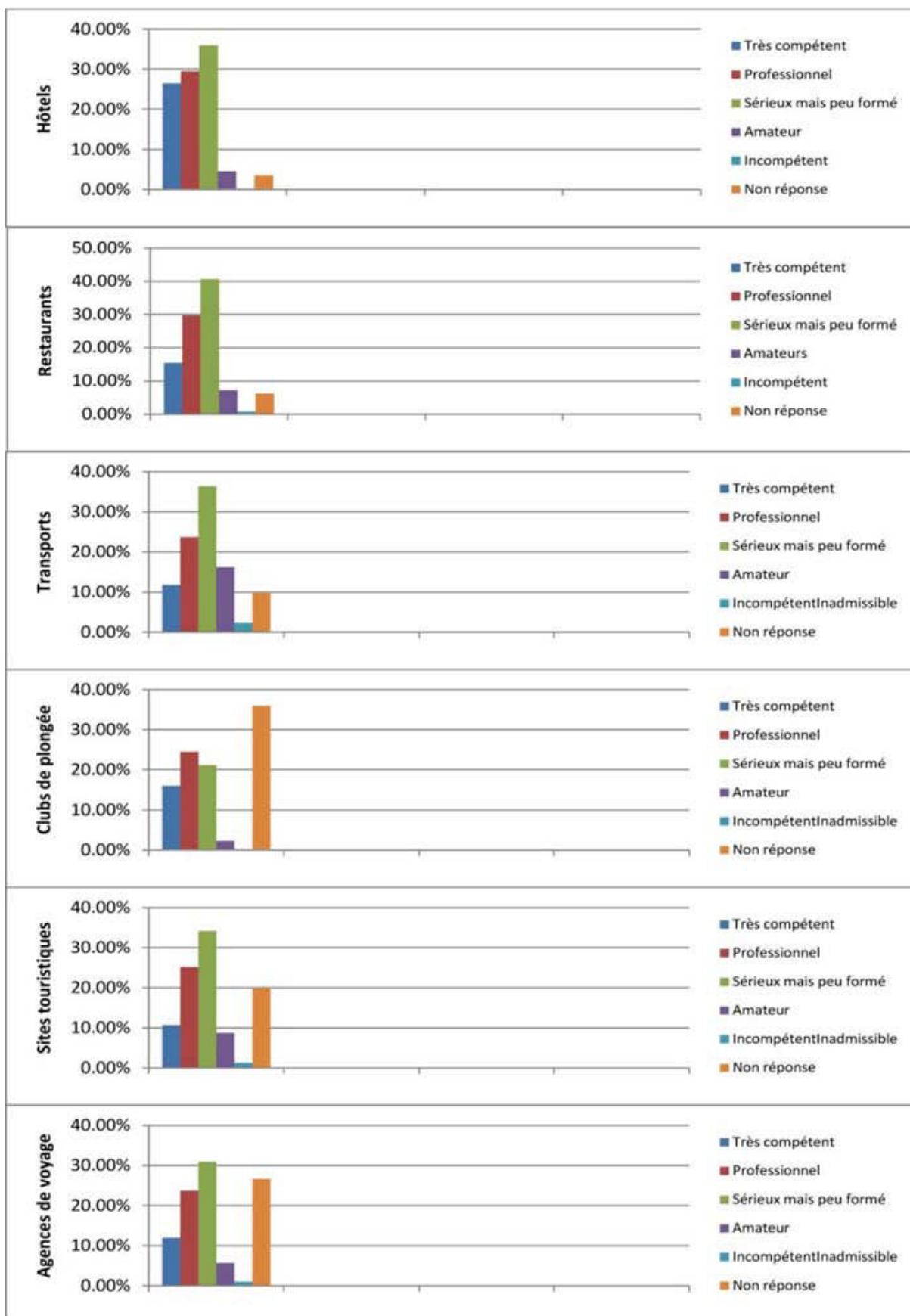
#### **4.2.2. Des compétences moyennes nécessitant l'efficacité de formations initiales et continues**

Comme pour les comportements, l'analyse des graphiques sur les compétences du personnel travaillant dans les entreprises liées au tourisme (voir le graphique de synthèse 23 ci-dessous) fait apparaître l'évaluation «sérieux mais peu formé» comme l'impression dominante. Toutefois, le cumul des réponses «professionnalisme» (2<sup>e</sup> rang) et «très compétent» (3<sup>e</sup> rang) forme un ensemble d'évaluations satisfaisantes qui dépasse cette tranche des personnels «sérieux mais peu formés». Cette analyse est similaire pour les restaurants, les transports, les sites touristiques, les agences de voyage, avec un «amateurisme» (16.21%), et même une «incompétence» (2.24%) particulièrement pointée du doigt pour les transports.

Seuls les hôtels sortent légèrement de cette constatation, car les réponses apportées font ressortir aussi la «très compétent» et le «professionnalisme» respectivement pour 26.43% et 29.43% sans enlever l'impression générale de «sérieux mais peu formés» (35.91%). Quant aux clubs de plongée, si l'on enlève les «non réponses» qui correspondent au fait beaucoup de personnes (144/401), 35.91 % ne sont pas concernés, car ils ne pratiquent pas la plongée. Les réponses des touristes concernés font ressortir le professionnalisme bien qu'on pointe toujours le «sérieux mais peu formé».

Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang

Graphique 23. Synthèse de l'évaluation des compétences du personnel dans le secteur touristique.



Source : LE Thi My Binh (2010)

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Les explications des touristes sont à la fois positives et négatives. Du côté positif, la plupart d'entre eux ont jugé professionnel le personnel travaillant dans les hôtels et les agences de voyage (guides touristiques) : *«Connaissant l'histoire de Nha Trang, ils sont serviables et habitués à côtoyer des touristes ; ils comprennent la psychologie des touristes et sont prêts à les servir quand ils en ont besoin».*

À l'opposé de ces compliments, les touristes se sont plaints de la faible compétence du personnel et de leur manque d'expérience professionnelle, surtout dans certains petits restaurants et quelques clubs de plongée. En effet, *«ces personnels n'ont pas appris à servir les touristes internationaux et par conséquent ils étaient incapables de répondre aux demandes supplémentaires des clients dans quelques contextes précis».* *«Ainsi, certains guides touristiques ont fait accélérer leurs clients pour se déplacer. Ils ne comprenaient pas que ce n'étaient pas les touristes qui étaient à leurs ordres mais eux qui auraient dû être à la disposition des touristes».* *«Quelquefois, ils n'avaient pas suffisamment d'informations à fournir à leur clientèle, ou bien les informations qu'ils donnaient étaient inexactes».*

Il ressort de cette deuxième série de graphiques un manque de compétence pour le personnel selon la taille de l'établissement. Cette analyse devrait amener à une réflexion sérieuse sur la formation initiale du personnel et à une remise en cause certaine pour le personnel en place avec sans doute la nécessité de mettre en place une formation continue adéquate.

Les résultats de deux graphiques de synthèse 22 et 23 nous permettent de conclure qu'un certain niveau de professionnalisme est requis pour donner satisfaction, comme soulignait un touriste français interrogé *«malgré leur gentillesse et leur envie de servir, le manque de formation et de professionnalisme du personnel a fait baisser l'attrance de Nha Trang par rapport à d'autres destinations touristiques dans d'autres pays».*

Or la formation professionnelle entre dans les critères essentiels au titre du tourisme durable, pour deux raisons. La première correspond à un indice de satisfaction des visiteurs, un indicateur de qualité indispensable à la fidélisation et au renouvellement des clients, donc à la «durée» du succès. Par ailleurs, la formation professionnelle aide à rendre «durable» le tourisme pour une raison moins directe mais plus profonde : elle participe au «développement humain» des populations locales, elle leur donne prise sur leur destin malgré l'impact de la mondialisation, elle leur confie un rôle digne dans l'évolution sociale liée au développement

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

du tourisme. Or, il s'avère difficile de recenser le nombre, les qualifications et les compétences professionnelles de la main-d'œuvre travaillant dans les entreprises touristiques. Ce déficit résulte du manque de statistiques des autorités locales et surtout, les petites entreprises ne veulent pas déclarer exactement leur nombre d'employés (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009 ; Kbiz, 2008). En effet, nous avons contacté les Services concernés tels que les Services de la Culture, des Sports et du Tourisme, le Service des statistiques de Khanh Hoa pour obtenir les chiffres les plus récents. Malheureusement nous ne les avons pas trouvés, car ces Services n'établissent de statistiques sur les ressources en personnel du tourisme (scolarité, âge, niveau de langues étrangères, etc.) que tous les cinq ans. Nous pensons que les statistiques de 2010 seront légèrement différentes de celles de 2006. Par contre, cette différence n'est pas importante<sup>78</sup>.

La caractéristique importante des ressources humaines du tourisme à Nha Trang vient de leurs formations initiales. En effet, la plupart d'entre eux sont issus d'autres domaines comme l'économie ou la technique. Par exemple : Parmi 5000 emplois directs au tourisme en 2005, seulement 20% étaient sortis des établissements de formation touristique. Les employés recevant le niveau de scolarité «plus de bac +3» et «bac +1» arrivent à égalité (21.6% contre 20.6%). Ce pourcentage était réduit à un tiers pour les employés ayant le niveau «bac + 2» (8,1%). Donc presque la moitié de personnel n'était pas diplômée du tourisme ou bien s'était donnée une autoformation en tourisme. La qualité des employés dans le secteur du tourisme n'est pas identique. Les salariés qualifiés (langues étrangères, compétences professionnelles, formation ciblée au tourisme, etc.) travaillaient essentiellement dans les entreprises touristiques à capitaux étrangers et les grands établissements touristiques étatiques. Ils occupaient 42.5%. Tandis que les PME touristiques attiraient plutôt du personnel non qualifié (faible en langues étrangère et compétences professionnelles). Malheureusement il s'agit du pourcentage le plus important (57.5%). Les personnels du tourisme à Nha Trang parlaient plutôt l'anglais, très peu connaissaient d'autres langues étrangères (Administration Nationale du tourisme du Vietnam, 2006).

La qualité des ressources humaines fait partie des préoccupations les plus importantes des entreprises touristiques à Nha Trang (Kbiz, 2008). Les plupart des entreprises ont dû compléter la formation de leurs employés après l'embauche selon leurs propres critères (Vo Sang, 2010). D'autres ne voulaient pas le faire. Au-delà des étapes de recrutement et

---

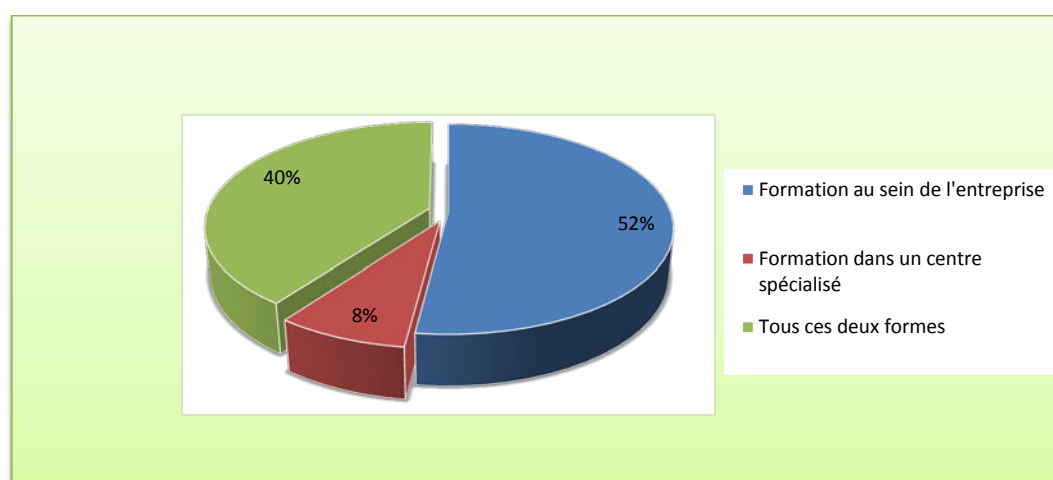
<sup>78</sup> Source : Entretien avec la directrice du Bureau de la planification touristique (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa le 1 décembre 2010.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

d'intégration, la fidélisation de jeunes recrues est essentielle (Lelarge, 2009). Une des raisons pour lesquelles d'autres entreprises n'ont pas formé leur personnel après le recrutement, c'est qu'elles avaient peur de le voir ensuite partir travailler pour d'autres établissements avec un salaire plus élevé.

Le contenu de ces postformations complémentaires peut être ainsi classé, par ordre d'importance : les connaissances et les compétences professionnelles liées au tourisme, les langues étrangères, les connaissances liées à l'environnement et à la culture du pays et de la région, la prévention de l'incendie, l'hygiène alimentaire, la communication avec des clients, la compétence de gestion et de vente ainsi que la connaissance des produits artisanaux (Vo Sang, 2010). Ces postformations se réalisent sous trois formes : au sein de l'entreprise (52%), dans un centre spécialisé (8%) et à la fois sous ces deux formes (40%) comme le montre le graphique 24 suivant.

Graphique 24. Modèles de formation des employés après le recrutement, assurés par les entreprises touristiques.



Source : VO SANG (2010)

Cependant, la vraie formation au sein de l'entreprise est assurée plutôt par de grands hôteliers touristiques appartenant à l'Etat ou bien à de grands investisseurs, pour leur propre personnel. Ces formations sont réalisées soit en faisant venir des experts pour donner des cours dans l'entreprise, soit par des réunions de transmission de compétences professionnelles de l'employeur à ses employés. Ces dernières possèdent à la fois des avantages et des inconvénients. Les premières ont permis de faire participer plus de personnel aux formations, de former du personnel selon les propres critères de l'entreprise, d'économiser du temps ainsi que des coûts, de surveiller de près les participants, d'évaluer exactement le résultat des formations, de faciliter les pratiques professionnelles grâce aux infrastructures techniques



## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

existant déjà dans les entreprises, d'augmenter le nombre d'heures de pratique. Pourtant, vu la durée de formation restreinte, les participants n'ont pas eu assez de temps pour acquérir les connaissances générales du tourisme. Quelquefois les participants étaient surchargés et énervés, car ils devaient à la fois participer à la formation et travailler au bureau (Kbiz, 2008). La prise en compte de l'importance de formations des ressources humaines dans les hôtels et les restaurants explique que l'on y rencontre le taux de satisfaction le plus élevé tant au plan du comportement que de la compétence professionnelle du personnel.

Sauf pour ce qui concerne les postformations au sein des entreprises touristiques, depuis quelques années, suite à la mise en place du projet «Développement des ressources humaines du Vietnam» avec le soutien de l'Union Européenne, un grand nombre de personnels travaillant dans les hôtels, les restaurants, les agences de voyage, etc. ont été formés selon ces normes internationales. Pourtant, *«la formation du personnel des transports est négligée»* comme le souligne la directrice du bureau de la planification touristique du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa. En réalité, pour être embauché dans les agences de transport, les candidats doivent seulement répondre à deux critères : avoir le permis de conduire et être en bonne santé. Les autres points forts sont juste un «plus» des candidats<sup>79</sup>. Ces critères d'embauche nous semblent vraiment légers par rapport à ceux qui sont exigés par les autres établissements touristiques qui insistent sur les connaissances, les compétences professionnelles en matière de tourisme, le bon niveau de langues étrangères, l'apparence présentable, les connaissances sur la culture du pays et de la région, le comportement adéquat (bonne conduite, manières, courtoisie, laborieux, assidu, bonne compétence de communication, amical, joyeux, accueillant, fidèle, attaché à l'entreprise pour longtemps, etc.) ainsi que les diplômes spécialisés ou expériences professionnelle. Par exemple, un gestionnaire devrait être expérimenté, avoir une formation liée au tourisme et/ou un autre diplôme spécialisé dont l'entreprise a besoin (Vo Sang, 2010). Ceci conduit à la mauvaise évaluation des touristes vis à vis du comportement et de la compétence professionnelle du personnel des transports et dans les sites touristiques dans les statistiques mentionnées en haut.

---

<sup>79</sup> Source : Entretien téléphonique avec la directrice du bureau de la planification touristique (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa) le 22 novembre 2010.

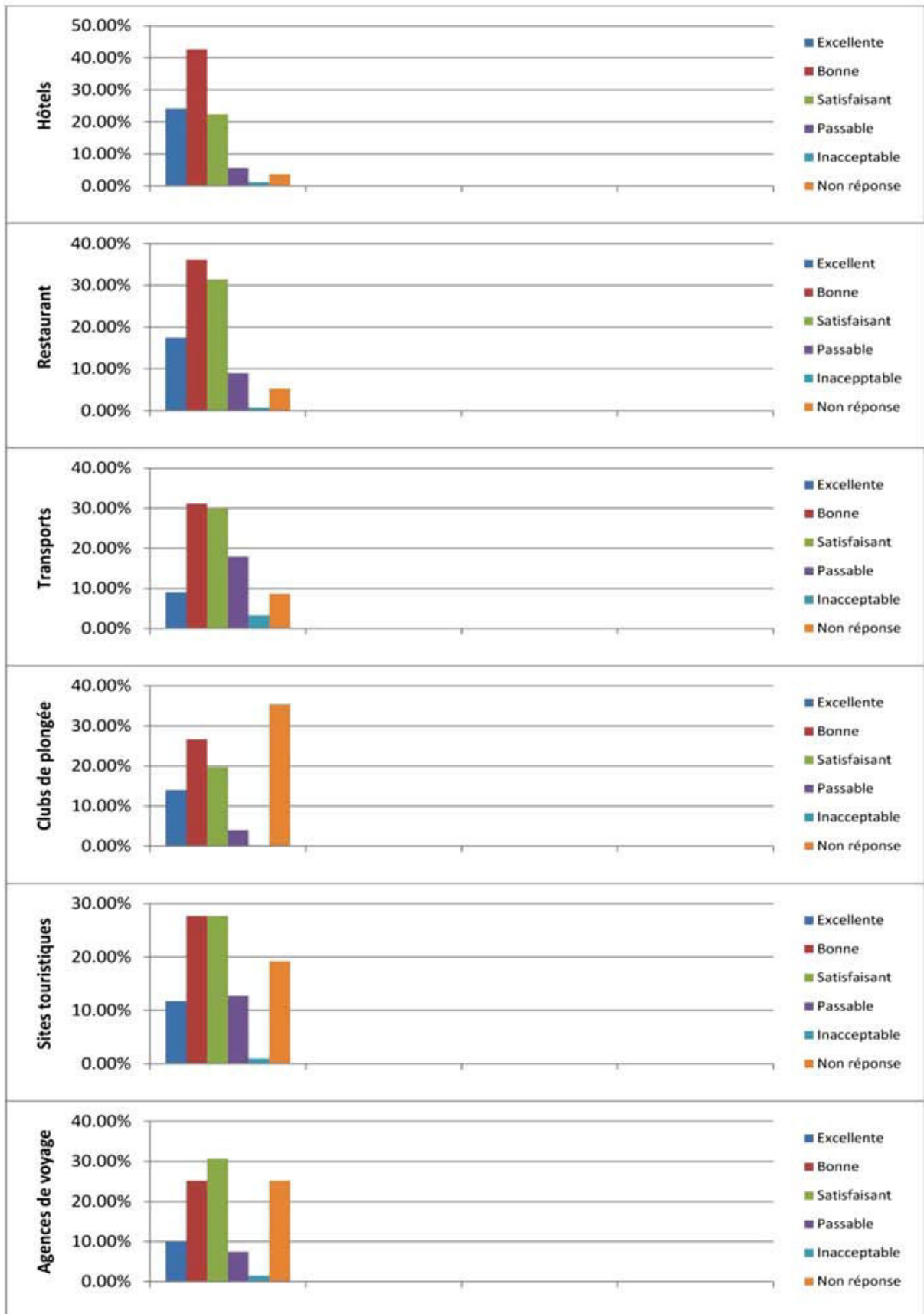
### **4.2.3. Qualité des services offerts par les établissements touristiques dépendant du comportement et de la compétence du personnel**

En prenant maintenant en compte non les comportements et les compétences à des niveaux individuels, mais la qualité de services offerts à un niveau général par les entreprises (voir le graphique de synthèse 25 ci-dessous), nous pouvons remarquer un relèvement des appréciations au niveau «bonne». Cela signifie que la qualité de prestations perçue correspond au niveau attendu pour la catégorie ou le tarif, en comparaison des services offerts dans d'autres destinations, ou par rapport à une idée préconçue, les touristes n'ayant pas tous le même niveau d'exigence. Le pourcentage le plus élevé concerne la majorité des entreprises touristiques sauf les agences de voyages.

Cette remarque se vérifie particulièrement pour les hôtels avec 42.64% de réponses «bonne», les réponses «satisfaisants» et «excellent» étant équivalents (22.44% et 24.19%). Les agences de voyage seules font émerger une simple satisfaction (30.67%). Pour les sites touristiques, les réponses «bonne» et «satisfaction» arrivent à égalité (27.68%). Mais avec 12.72% de réponses «passables», les sites touristiques n'offrent donc pas une situation brillante. Concernant ces deux secteurs, les «non réponses» dans les enquêtes indiquent sans doute l'absence de demandes de services des agences référentes ou de sites particulièrement remarqués par les touristes interrogés.

Ces constatations statistiques font émerger le problème récurrent des services offerts à Nha Trang par les entreprises touristiques en mettant en avant l'importance des hôtels et des restaurants qui répondent souvent à l'attente des touristes. Si les transports présentent un pourcentage élevé de réponses «bonne» (31.17%), ceci ne doit pas cacher le plus fort taux de réponse «inacceptable» (3.24%) et passable (17.6%). Les clubs de plongée pour cette question présentent la même structure de réponses que les restaurants et les transports, dans l'ordre successif «bonne», «satisfaisant» et «excellente».

Graphique 25. Synthèse de l'évaluation de qualité de services offerts par les entreprises touristiques.



Source : LE Thi My Binh (2010)

## **Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang**

Pour justifier leurs choix, nous allons donc lister les opinions les plus citées en deux groupes : avis positifs et avis négatifs.

En ce qui concerne l'avis favorable, les touristes pensaient que *«le tourisme étant bien développé à Nha Trang, la qualité des services des établissements touristiques était excellente. Cela révèle que l'attente des touristes est satisfaite répondant à l'image qu'ils avaient de Nha Trang. Cette qualité correspondait au prix pratiqués. Par exemple, les hôtels, surtout les 4 étoiles étaient décorés avec soin et goût, bien équipés et très propres. Le personnel a répondu à toutes les attentes des touristes. Les clubs de plongée et les guides touristiques ont bien maîtrisé les programmes de visite locaux. Ils sont expérimentés. La nourriture est délicieuse et variée. Et surtout, elle convient aux touristes amateurs de fruits de mer. Les touristes sont servis sur place. Le temps de service est correct. Le prix est raisonnable»*.

Les avis négatifs des touristes se sont dans un premier temps concentrés sur les problèmes globaux liés aux comportements du personnel, aux conditions d'hygiène, à la sécurité des touristes, aux prix non stables et aux tenues inélégantes. Avant d'aborder en détail les lacunes de chaque type d'établissements touristiques, prenons des exemples : concernant les conditions d'hygiène et les uniformes, les touristes ont jugé que, *«sur les îles, les WC et les cuisines sont très sales. Les îles ne sont pas préservées et les tenues sont désuètes»*. Concernant la sécurité, les touristes se sont plaint de la responsabilité du personnel des hôtels, car *«Certains hôteliers pouvaient laisser entrer des inconnus dans les hôtels la nuit. Ils ont déploré la mendicité sur les sites touristiques»*. Quant aux prix, *«Ils ne sont pas stables et peuvent être très élevés surtout les jours de fête. Quelquefois, les touristes ne peuvent pas refuser et paient plus cher qu'à l'accoutumée»* ; *«Bien que la nourriture soit délicieuse, les restaurateurs pratiquent des prix plus élevés pour les touristes. Le prix du taxi est très élevé, surtout sur le circuit reliant l'aéroport Cam Ranh au centre ville de Nha Trang.»*

Pour les hôtels, certains touristes se sont plaints des points suivants :

- Service limité : *«Absence de consigne gratuite pour les bagages après avoir rendu la chambre»*, *«Absence de petit déjeuner»*, etc.
- Vente de produits touristiques non conformes à leur publicité : *«Pas d'internet, manque de produits de beauté dans la salle de bain, pas assez d'eau en 4e étage comme à l'hôtel Dong Duong»*.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

- Qualité de certains moyens de transport ne répondant pas aux critères admis «*Utilisation de bus ayant dépassé la date d'utilisation*», «*Bus qui ne sont pas contrôlés au niveau de la sécurité*», «*La plupart de bus ne correspondent pas aux normes européennes*».
- Manque de professionnalisme des entreprises touristiques «*Les agences de voyage ne proposent pas le meilleur tarif*», «*Les chauffeurs de bus ne respectent pas les arrêts même s'ils sont notés sur les billets*», «*longues attentes surtout quand le bus fait le tour de Nha Trang pendant 1h ou 2h pour ramasser les clients avant de partir*»; «*demander l'avis de leur clientèle sans en tenir compte*», «*Pratique de la vente forcée en obligeant les touristes à acheter des services*», «*Difficulté de rejoindre leur hôtel quand ils rentraient tard*», etc.
- Manque de responsabilité professionnelle «*Conduite calamiteuse, froideur du comportement, vols d'argent et de billets «Open Tour» dans le bus, transport de passagers en surnombre, non respect de la vitesse autorisée, pas de chauffeurs remplaçants pour les longs trajets ou choix de remplaçants non qualifiés, etc.*».

En ce qui concerne les agences de voyage et les sites touristiques, certaines agences de voyage manquent de dynamisme (*refus d'organiser un circuit culturel pour un touriste*). Certains touristes étaient «*choqués de voir les animaux faire du cirque*». «*En haute saison, défaut d'informations aux touristes par les voyagistes débordées. Et pendant la même saison, la qualité de services des sites touristiques était à peine acceptable. Certains touristes pensent également que la qualité de service dépend de leur niveau financier, et que seuls les touristes aisés sont correctement servis. D'après eux, la qualité de service ne serait pas égale à celle d'autres pays. En particulier, il existe encore un décalage important entre établissements touristiques dans une même ville. Même si la qualité de services est bonne selon les normes vietnamiennes, elle ne satisfait pas aux normes européennes*».

Les avis des touristes sur l'écart de qualité des établissements touristiques à Nha Trang nous semblent tout à fait corrects. Notons que la plupart des entreprises touristiques de Nha Trang sont des petites et moyennes entreprises (PME) ayant moins de 100 employés/entreprise<sup>80</sup> tenus souvent par les particuliers. Pour expliquer cette caractéristique, il n'y a aucun document à ce sujet, car «*nous n'avons pas fait de recherches à ce propos*» comme le souligne la vice-directrice du Service de la culture, des sports et du tourisme de

---

<sup>80</sup> Source : l'arrêté 56 du Premier ministre du Vietnam daté du 30 juin 2009.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Khanh Hoa<sup>81</sup>. Nous pouvons en donner une explication provisoire grâce aux entretiens avec les autorités locales<sup>82</sup> : *«Faire du tourisme venait à l'origine de l'initiative des particuliers (familles) qui ont bénéficié d'une situation géographique favorable (près de la plage, au centre ville...). D'abord ils ont fait construire des restaurants, des hôtels, des agences de voyage pour proposer eux-mêmes une offre touristique à leur clientèle. Quand ce commerce s'est développé, ils ont créé des entreprises et ont commencé à embaucher du personnel. En revanche, ils n'ont pas assez de fonds pour créer de grandes entreprises. Une autre raison de la taille modeste des entreprises vient d'une caractéristique des métiers du tourisme : le travail à distance (par internet par exemple), qui ne nécessite pas d'embaucher un grand nombre d'employés ».*

Selon Vo Sang (2010) et Kbiz (2008), ces dernières entreprises connaissent les trois points faibles suivants : manque de la propre marque de l'entreprise, de professionnalisme et surtout ainsi qu'une concurrence malsaine.

A Nha Trang, à part quelques grands hôtels de tourisme connus comme Vinpearl land, Anna Mandara, Yasaka, Sunrise dirigés par les grandes entreprises touristiques, les autres n'ont pas encore réussi à créer leurs propres marques comme le souligne certaines entreprises touristiques *«Toutes les entreprises proposent ces pratiques touristiques, mais aucune entreprise n'a une image forte en ces pratiques»*; *«nous proposons ces services (hébergement, restauration), car le commerce de nos voisins va bien et qu'ils ont beaucoup de clients. Nous les imitons en espérant gagner autant d'argent que nos voisins»* (Vo Sang, 2010). Les touristes ne s'aperçoivent pas la particularité des entreprises. Autrement dit, il n'y a pas encore d'entreprises «leaders». En effet, chaque PME pratique son commerce de façon autonome et spontanée. Elles manquent de solidarité entre elles, surtout dans le cas des PME exerçant les mêmes activités professionnelles (hôtels, agences de voyage, restaurants, etc.). Prenons un exemple : *«un hôtel envoie souvent sa clientèle à une agence de voyage et vice versa. Par contre, cet hôtel n'adresse jamais ses clients à un autre hôtel sauf si le propriétaire de cet hôtel est un ami»*<sup>83</sup>. Pour l'expliquer, *«les différences de normes (organisations du personnel, qualités de service, prix, etc.) sont les causes de ce problème»* comme nous disait un hôtelier.

---

<sup>81</sup> Source : Entretien avec la vice-directrice du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa le 15 janvier 2012.

<sup>82</sup> Source : Entretiens auprès du vice-directeur du centre de soutien des entreprises (Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa) et du responsable du programme de soutien des PME (BSPS).

<sup>83</sup> Source : Informations obtenues lors de notre entretien auprès des entreprises touristiques en septembre 2009.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Une autre faiblesse dont il faut tenir compte, c'est le manque de professionnalisme des entreprises touristiques dans leur gestion du personnel. Leurs «contrats de travail» sont essentiellement pris oralement. Il n'y a pas de conventions écrites établies. Donc, en cas de conflit, les autorités locales ne peuvent pas intervenir. Par exemple : certaines entreprises touristiques ne sont pas fidèles à leur engagement dans le commerce. Elles augmentent à discrétion le prix des chambres ou bien elles vendent plus chers qu'au prix affiché. Parfois elles annulent les contrats surtout pendant la haute saison. Cela cause des difficultés chez les agences de voyage qui ont souvent reçu les demandes de touristes quelques mois à l'avance et leur fait perdre la confiance des clients. Un autre point faible des entreprises est la concurrence malsaine. Par exemple, certaines entreprises fabriquent des produits de mauvaise qualité de type courant (surtout des produits-souvenirs en coquillages), pour vendre aux touristes à prix moins élevé. Concernant les hôtels, chacun impose sa propre politique de prix même si les autorités locales promulguent une politique de «stabilisation des prix» pour toutes les entreprises touristiques locales, surtout pendant la haute saison et pendant les jours de fête. Le prix d'une chambre double peut varier d'un hôtel à l'autre en fonction de sa qualité, de sa location, de la saison de location. Quelquefois, le prix des hôtels est incontrôlable surtout pendant les jours de fête ou bien en haute saison.

De plus, le comportement du personnel et leurs compétences professionnelles est également un des points faibles. Certaines entreprises avouent que leur direction manque de compétence en gestion d'entreprises. Elles travaillent en se basant plutôt sur leur vécu, elles imitent les autres entreprises et elles manquent également de connaissances en Droit commercial (Vo Sang, 2010).

Les systèmes de gestion de la qualité sont déjà utilisés par les prestations de services touristiques spécifiques (voyagistes, agents de voyage, hôtels, restaurants, etc.). Par contre, la satisfaction des touristes tirée d'un séjour dans une destination dépend non seulement de l'expérience vécue relativement aux services touristiques, mais également de facteurs plus généraux tels que l'hospitalité, la sécurité, l'hygiène et la salubrité, le trafic ainsi que la gestion des touristes. Ces éléments ont un impact sur la perception que le touriste a d'une destination, sur son niveau de satisfaction et, partant, sur sa disposition, à revenir ou à recommander la destination à des touristes potentiels (Lechien, 2009). Face à ce constat, nous allons analyser la sécurité des touristes.

#### 4.2.4. La sécurité des touristes, difficile à contrôler

On entend la sécurité par situation dans laquelle quelqu'un, quelque chose n'est exposé à aucun danger, à aucun risque d'agression physique, d'accident, de vol, de détérioration. (Le petit Larousse illustré, 2002). Suite à cette définition, la sécurité des touristes est, à notre avis, comprise comme la situation dans laquelle un touriste n'est exposé à aucun danger, à aucun risque d'agression physique, d'accident, de vol, de détérioration.

Ayant une politique stable, le Vietnam est connu comme une des destinations touristiques sécuritaires où il n'y a pas d'attentats, ni guerres, ni assassinats. Par contre, le Vietnam en général et Nha Trang en particulier fait face à un autre problème qui gêne les touristes dans les sites touristiques, dans la rue, dans les restaurants, etc. et diminue leur bonne impression sur la ville : «*la population locale n'est pas gentille et amicale comme on me le présentait*» soulignait un touriste de Grande Bretagne à la fin de sa promenade à Nha Trang (Nhat Le – Thu An, 2010). Il s'agit de la vente ambulante, du racolage des touristes, de la mendicité, etc. Ce dernier problème est également pris en conscience par les autorités locales : «*la vente ambulante, le racolage et la mendicité sont devenus fréquents et nuisent à l'impression de sécurité des touristes*» (Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de Khanh Hoa, 2009, p.2). Il a été également confirmé par nos propres enquêtes auprès de touristes. En effet, sur 401 touristes interrogés, presque 20% (76 personnes) le considère comme la deuxième faiblesse de l'offre touristique à Nha Trang comme le montre le tableau 8 suivant.

Tableau 8. Faiblesses de l'offre touristique dans la baie de Nha Trang selon les touristes interrogés.

A votre avis, quelles sont les faiblesses de l'offre touristique à Nha Trang ?	Nombre de réponses	%
Environnement pollué (trop d'ordures et de poussières, plages polluées) et dégradés (coraux abîmés)	105	26.18
Ventes ambulantes, vols, mendicités, racolages, etc.	76	18.95
Manque de distractions nocturnes, fermeture de bonne heure des centres de loisirs, pratiques touristiques monotones et banales	41	10.22
Infrastructures faibles (routes en mauvaise qualité, manque de feux signalétiques, manque de piste réservé aux piétons, manque de zone non-fumeurs aux restaurants, etc.)	41	10.22
Comportement inadéquat du personnel du tourisme	41	10.22
Manque de professionnalisme (nombre insuffisant de points d'informations touristiques, manque du plan de planification du tourisme, promotion touristique inefficace, etc.)	40	9.98
Prix élevés, différences de prix entre touristes domestiques et touristes internationaux	36	8.98
Connaissances limitées en langues étrangères chez le personnel du tourisme	11	2.74
Gastronomie non variée, manque de conditions d'hygiènes alimentaires suite à la présence de nombreuses échoppes	6	1.50

Source : LE Thi My Binh (2010)



**Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang**

Cette constatation est, à notre avis, tout à fait correcte, car les touristes sont souvent importunés par des marchands ambulants (livres, cartes postales, chapeaux, produits-souvenirs, etc.) soit dans les restaurants, dans les bars, sur les plages, dans les sites touristiques, comme le montre la photographie 22 ci-jointe.

Photographie 22. Un exemple des touristes dérangés par la vente ambulante et la mendicité à la pagode Long Son (Nha Trang).



Source : Nhat Le – Thu An (2010)

En particulier, la vente ambulante est devenue «un cauchemar» pour les touristes arrivant par paquebot. Venant en grand nombre, ils passent seulement quelques heures à visiter Nha Trang et ses environs. Les vendeurs ambulants les suivent d'un site touristique à l'autre en insistant pour qu'ils achètent leurs marchandises (voir la photographie 23 ci-jointe).

Photographie 23. Exemple des touristes de croisières dérangés par les vendeurs ambulants et les «intermédiaires» devant le port de Nha Trang.



Source : Nhat Le – Thu An (2010)

## **Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang**

Comme le disait D., guide touristique, dans Nhat Le – Thu An (2010) «*Les touristes, surtout ceux qui viennent à Nha Trang par paquebot sont obsédés par la vente ambulante. Le pire c'est que les vendeurs suivent les touristes et les dérangent durant toute leur promenade à Nha Trang. Et quand les touristes achètent leurs produits, ils les vendent à des prix incontrôlables et souvent exorbitants. En tant que guides touristiques, nous en avons quelquefois honte. Par contre, nous n'osons pas nous interposer, car ces vendeurs sont très méchants*». Récemment, un guide touristique a été battu par un vendeur ambulant sous prétexte qu'il voulait empêcher ses clients d'acheter les marchandises proposées par l'un d'eux.

La deuxième activité économique des entreprises touristiques touche la sécurité de touristes et les résidents-nageurs. Il s'agit de la mise en place des sports nautiques comme le jet-ski qui nous fait réfléchir à approfondir des réglementations strictes. En effet, les jet-ski sont considérés comme dangereux pour les touristes quand ils se baignent, car ils se déplacent souvent au milieu des nageurs comme l'illustre la photographie 24 ci-dessous. Ils essaient souvent d'accéder à la côte dans le but d'inviter les touristes à goûter à des sensations fortes sans faire attention à la sécurité des nageurs sur la plage de Nha Trang. Plusieurs touristes et des résidents se sont affolés et ont exprimé leur mécontentement vis à vis du danger créé par les activités des sports nautiques sur la plage de Nha Trang (Xuan Thanh, 2010).

Photographie 24. Un jet-ski se déplaçant au milieu des nageurs à la plage de Nha Trang, exemple de manque de sécurité.



Source : Xuan Thanh (2010)

En faisant face à ces problèmes, certaines entreprises pratiquaient des «réactions» immédiates. Par exemple, pour écarter le dérangement des vendeurs ambulants, certains établissements touristiques ont affiché des panneaux «interdit à la vente ambulante» comme le montre la photographie ci-dessous pour empêcher des vendeurs ambulants d'entrer vendre des

**Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang**

marchandises dans leur «zone». Le Comité Populaire de Khanh Hoa projette également de mettre des panneaux «interdit à la vente ambulante» dans les sites touristiques (Nhat Le- Thu An, 2010). A notre avis, ce ne sera pas une solution appropriée. D'une part, «*les vendeurs ambulants sont très nombreux et n'ont aucun moyen de gagner leur vie. Si on interdit la vente ambulante dans les sites touristiques, les marchands iront ailleurs (sur la route, devant l'entrée des sites touristiques, aux arrêts de bus, etc.)*» comme le souligne un résident du quartier Loc Tho<sup>84</sup>. D'autre part, même si les autorités locales mettent ces panneaux, les policiers ne sont pas assez nombreux pour faire appliquer le règlement, et les autres résidents ne peuvent pas les dénoncer par peur de représailles.

Photographie 25. Un panneau «Interdit à la vente ambulante» à Sailing Club (Nha Trang).



Source : LE Thi My Binh (2010)

Assurer la sécurité des touristes s'avère difficile, car le tourisme est une activité économique polyvalente qui concerne plusieurs domaines : transports, hébergements, restaurations, etc. De plus, les pratiques touristiques se déroulent dans les sites différents. Le manque de sécurité mentionné ci-dessus vient du celui de prise de conscience de certains acteurs privés (entreprises touristiques, résidents) et du celui de visions globales et adéquates des autorités locales. Pour les premiers, leur objectif est juste de vendre leurs produits, de faire pratiquer davantage de jeux nautiques sans s'inquiéter de l'image touristique de Nha Trang et de la sécurité des autres. Pour les deuxièmes, même si elles ont fait beaucoup d'efforts en promulguant des textes législatifs, ceci nous semble dépasser leur contrôle pour des raisons suivantes :

<sup>84</sup> Source : Entretien avec M. Tr, résident du quartier Loc Tho le 11 janvier 2010.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Les textes législatifs sont inadaptés à la réalité (Pham, 2006). Par exemple, la Loi du tourisme en 2005 a créé un fonds juridique important dans la protection des touristes, contribuant ainsi à un environnement sain, sécurisé et amical pour les visiteurs. Cependant, les règlements en vigueur ne répondent pas parfaitement aux exigences requises pour assurer la sécurité des touristes. Plus précisément, ces textes ne présentent pas toutes les obligations sur la sécurité dans le secteur touristique et certains s'avèrent même irrationnels. Par exemple : selon cette loi, les centres touristiques, les sites touristiques doivent comporter des services de sauvetage et de secours, mais ce sont généralement des équipes recrutées par ceux qui gèrent ces centres. Leur tâche est tout simplement d'apporter de l'aide aux clients dans les situations provoquées par un élément extérieur. Ils n'ont pas de compétence (de Droit, comme les policiers) pour résoudre les problèmes qui portent atteinte aux biens, à la vie et à la santé des touristes. Toujours d'après Pham (2006), pour la gestion et l'exploitation des sites touristiques, cette dernière loi a fixé les exigences liées aux ressources naturelles et aux infrastructures. Pourtant il manque les contraintes relatives à la sécurité dans l'exploitation des sites touristiques. La loi du tourisme en 2005 dit que les centres de loisirs doivent prendre des mesures visant à éviter les risques. Les exigences de sécurité, quant à elles, n'existent pas ou ne sont pas prises en compte : il est recommandé d'avoir des normes d'hygiène, de qualité de l'eau et de l'air, des avertissements sur les endroits dangereux. Chaque zone touristique devra ainsi avoir ses directives concrètes.

La deuxième raison porte sur le manque de personnel et de budgets. Nous prenons simplement l'exemple de deux établissements<sup>85</sup> : le bureau d'inspection touristique (Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de Khanh Hoa) et celui de la sécurité alimentaire (Service de santé). En effet, pour surveiller trois grands domaines comme la culture, les sports et le tourisme dans toute la province de Khanh Hoa, le bureau d'inspection touristique compte seulement cinq fonctionnaires et un collaborateur. Ce chiffre est plus élevé (treize fonctionnaires) au bureau de la sécurité alimentaire qui doit contrôler la sécurité d'hygiène alimentaire de toute la province. Mais la province en question ne leur verse qu'un budget de fonctionnement annuel modeste. En effet, elle verse une somme forfaitaire de 45.000.000<sup>86</sup> vnd/an/fonctionnaire travaillant au bureau de sécurité alimentaire. Ce montant comprend son salaire, ses frais de déplacements en mission. Selon le responsable du bureau de sécurité alimentaire, *« Cette somme n'est pas suffisante pour payer nos salaires. Nous sommes*

---

<sup>85</sup> Source : Entretien avec Monsieur le directeur du Bureau d'inspection touristique (Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de Khanh Hoa) et Monsieur le vice-directeur du Bureau de sécurité alimentaire (Service de santé) le 15 décembre 2010.

<sup>86</sup> Environ 5000 euros.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*  
seulement treize. Chaque année, nous recevons 13×45 000 000 vnd = 585 000 000 vnd. La somme de 45 000 000/an n'est pas suffisante pour payer une personne ayant une ancienneté comme moi. Heureusement que les autres collègues viennent de commencer leur carrière, nous nous compensons.». Lors de nos entretiens avec des responsables de ces deux établissements, ils ont confirmé que «les deux Services manquent de personnel et de budget, ce qui ne permet pas d'élargir leurs missions de façon globale dans toute la province, ni de surveiller de près les activités des entreprises touristiques».

Un autre manque lié au personnel est celui de la police touristique. En ce moment, il n'existe pas de policiers spécialisés dans ce domaine à Nha Trang. En cas de problèmes, les touristes viennent plutôt voir les policiers des quartiers qui ne sont pas aptes à résoudre leurs problèmes par manque de compétences en langues étrangères. Comme disait M. Tal Selle (un touriste israélien) «A ma connaissance, plusieurs touristes internationaux se sont fait voler leurs appareils photo et leurs téléphones portables lors de leurs promenades sur la plage de Nha Trang, surtout le soir. On a volé le téléphone portable de mon ami quand il était assis à la plage à une heure du matin. Même si le numéro d'appel des policiers est bien indiqué dans les guides de Khanh Hoa, lorsque les touristes téléphonent à ces numéros en cas de vol ou de perte de leurs biens, ils ne peuvent pas déclarer leur vol, car les policiers de garde ne connaissent pas l'anglais». M. Bui (Directeur de l'agence de voyage Phuong Thang) ajoute à ce sujet : «Arrivant à Nha Trang, les touristes sont souvent dérangés par les vendeurs ambulants et leurs compères. Quelquefois, ils sont volés. En cas de difficultés, les touristes passent au bureau des policiers pour déclarer leurs vols. Cependant, vu le faible niveau en langues étrangères des policiers, leur communication restent limitée. Il faut souvent passer par les guides. Dans ces conditions, les touristes ne veulent plus aller au bureau des policiers pour déclarer leurs problèmes ou leurs ennuis »<sup>87</sup>.

Malgré les efforts des autorités locales pour assurer la sécurité des touristes<sup>88</sup>, la troisième difficulté réside dans leur prise de conscience insuffisante concernant la sécurité des touristes. Par exemple, sur la même question : «A votre avis, qu'est – ce que veut dire le tourisme durable ?»<sup>89</sup>, les avis de nos publics interrogés ne sont pas les mêmes. Contrairement aux entreprises touristiques (Vo Sang, 2010) et aux résidents interrogés qui

<sup>87</sup> Source : <http://www.baokhanhhoa.com.vn/Kinh-te-Dulich/201011/Can-tang-cuong-cac-bien-phap-an-ninh-bao-ve-du-khach-1965004/> consulté le 14 novembre 2010.

<sup>88</sup> Il s'agit de la mise en place d'un projet « quartiers sains sans délinquance sociale », de la mission de conseils liés aux mesures du maintien de l'ordre public et de la sécurité des touristes, du travail à l'engagement des entreprises touristiques à bien appliquer les réglementations sur assurer la sécurité des touristes, etc.

<sup>89</sup> Une de nos questions lors de nos questionnaires et d'entretiens auprès de résidents, d'entreprises touristiques et d'autorités locales.

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

accorde la priorité à l'idée de «fidéliser des touristes», celle de satisfaire les attentes de la clientèle, d'assurer leur sécurité et de les inciter à revenir à Nha Trang a été en revanche peu mentionnée dans l'avis des autorités locales interrogées, même si un des objectifs essentiels du développement touristique dans la province de Khanh Hoa en général et dans la ville de Nha Trang en particulier est d'y faire venir le plus possible de touristes domestiques et internationaux. Ce manque de prise de conscience est incarné par exemple par l'absence de panneaux signalétiques devant la plage de Nha Trang pour avertir les touristes du niveau de profondeur. En plus, nous trouvons que dans les guides les informations publiés par le Centre de promotion touristique sont incomplètes, c'est à dire qu'il manque des informations pratiques sur les sites touristiques, la liste des restaurants respectant les conditions d'hygiène, ou bien juste quelques conseils liés à la sécurité des touristes pendant leur séjour à Nha Trang (Centre de promotion touristique - Service de la culture, des sports et du tourisme, 2010).

Enfin, la dernière raison qui explique l'insécurité des touristes concerne le manque de règlements précis et de coopération étroite entre les Services concernés. Depuis quelques années, les sports nautiques (plongée, jet-ski ...) se sont bien développés en baie de Nha Trang. Pour les gérer, en 2001, le Comité Populaire de Khanh Hoa a promulgué la décision 4376/QD-UBND 2001 liée aux zones d'activités des sports nautiques, celles des nageurs (Xuan Thanh, 2010). Vu l'inadaptation de cette décision au développement très rapide de ces sports et suite aux accidents qui ont causé des morts et des blessés, les Services concernés (Service de la culture, des sports et du tourisme, Service des transports, Policiers de Khanh Hoa, etc.) ont adressé au Comité Populaire de Khanh Hoa une nouvelle version liée à la gestion des sports nautiques suite à la demande du Comité Populaire de Khanh Hoa pour remplacer la décision n°4376. Pourtant, jusqu'à maintenant, le Comité Populaire en question n'approuve pas ce document. Le manque de règlements précis déterminant les zones d'activités des sports nautiques, celles des nageurs ainsi que les compétences professionnelles obligatoires des conducteurs de jet-skis, cause des difficultés pour assurer la sécurité des touristes. M. Phung (chef des auxiliaires de la ville de Nha Trang) déclare ainsi dans Xuan Thanh (2010)

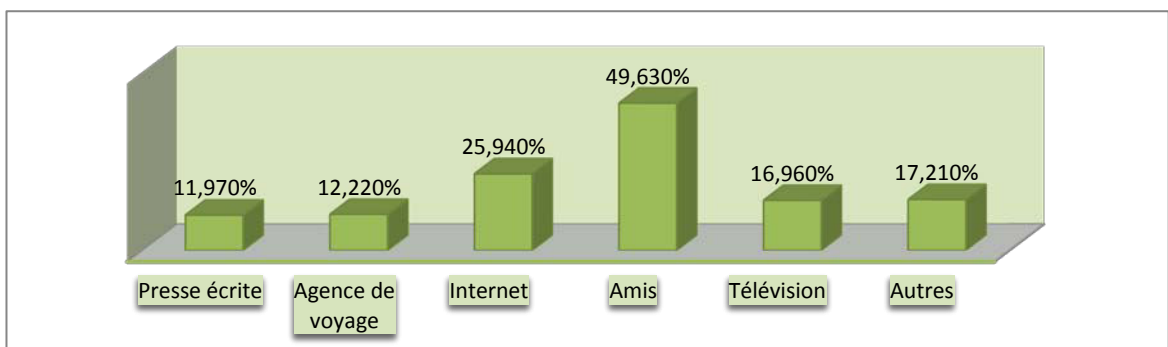
*«Nous sommes chargés de «surveiller» la plage de Nha Trang. Par contre, le manque de nouvelles réglementations de gestion des sports nautiques nous empêche d'assurer la sécurité des touristes. Par exemple, quand nous voyons un jet-ski se déplacer au milieu des nageurs, notre tâche est seulement de leur demander de sortir de cette zone. Nous n'avons droit ni de rédiger un procès-verbal, ni d'infliger des amendes. Quelquefois, nous travaillons en*

*collaboration avec les policiers «maritimes» pour dresser des contraventions à la loi des transports maritimes. Pourtant, les résultats ne nous satisfont pas, car quand les conducteurs de jet-skis voient les policiers maritimes (ou garde-côtes), ils s'enfuient. Par contre, quand ceux-ci s'en vont, ces conducteurs regagnent leur «zones d'activité» en dépit des dangers causés pour les touristes».*

### **4.3. Recommandation de cette destination aux amis**

La viabilité du tourisme à long terme suppose des touristes satisfaits qui reviennent et qui recommandent la destination à d'autres personnes (OMT, 2006). Dans nos questionnaires, nous n'avons pas posé aux touristes de questions liées à leur retour à Nha Trang pour éviter peut-être de fausses réponses. Ils peuvent répondre «*Oui, je reviendrai*» mais peut-être qu'ils ne reviendront jamais, car il existe encore d'autres destinations à visiter dans le monde. Pour nous, pour assurer la pérennité du tourisme d'une destination, il faut que les touristes continuent à la recommander à leurs amis qui projettent un voyage. La «bouche à oreille» est un des moyens de marketing les moins coûteux, les plus efficaces au moins pour un pays où les politiques de promotion ne sont pas encore efficaces comme le Vietnam (Do, 2007). Selon le Bureau des statistiques générales (2010), 36.1 % de touristes ont choisi de venir au Vietnam par l'intermédiaire de leurs amis. Ce pourcentage est encore plus élevé à Nha Trang (46.9%) par rapport aux autres canaux de communication (19.6% par les agences de voyage ; 38.3% à travers des magazines et des revues ; 9.7% par télévision et 6.7% par Internet) (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2010). Ceci est encore une fois bien confirmé dans notre étude. Pour nos enquêtes, presque la moitié des touristes interrogés connaît Nha Trang par l'intermédiaire des amis et 25.94% par internet. Les autres moyens (presses écrites, télévision, agence de voyage, etc.) sont inférieurs à 20% comme le montre le graphique 26 suivant.

Graphique 26. Par quel moyen les touristes connaissent ils Nha Trang ?.

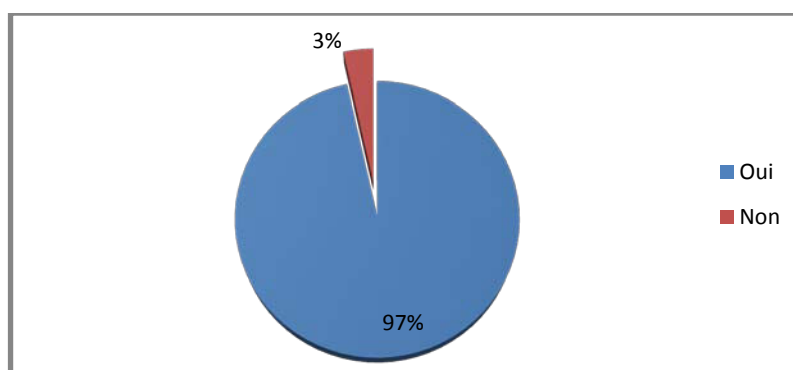


Source : LE Thi My Binh (2010)

## *Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

Les résultats du graphique ci-dessus insistent sur le rôle primordial des amis dans le choix de destination à visiter. Heureusement que presque la totalité des touristes interrogés sont d'accord de recommander Nha Trang à leur amis. Seulement un très faible pourcentage (3%) ne voulait pas le faire comme le montre le graphique 27 suivant. Ce résultat encourageant pourrait tenir au fait que tous les problèmes liés au personnel du tourisme, à la qualité de service proposée par les entreprises touristiques ainsi qu'à la sécurité des touristes ne sont pas majeurs. Malgré le refus d'une petite partie d'entre eux, la plupart des touristes interrogés s'accordant à présenter cette destination à leurs amis indiquent qu'ils sont satisfaits de leurs vacances à Nha Trang.

Graphique 27. Les touristes recommanderaient – ils à Nha Trang ?.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Pour justifier leur choix, nous remarquons que les raisons de recommander cette destination aux amis sont variées. Elles se concentrent en grande partie sur les avantages paysagers et climatiques ainsi que l'amabilité d'une grande partie de populations locales. L'atmosphère de cette baie était au 4<sup>e</sup> rang (9.73%). La gastronomie locale occupait 4.49%. Le grand choix de sites touristiques à visiter était classé au 5<sup>e</sup> rang. Le prix, les infrastructures et la situation géographique atteignent des pourcentages presque similaires. Les autres raisons étaient de 13.47% (un lieu privilégié pour dépenser d'argent, pour passer de lunes de miel, vie calme, etc.) comme le montre le tableau 9.



Tableau 9. Raisons de recommander cette baie aux amis.

Raisons de recommander cette destination aux amis	Nombre de réponses obtenues	%
Belles plages, beaux paysages, sable blanc, belle ville, plusieurs îles	105	26.18 %
Bon climat, bains de soleil, environnement	60	14.96 %
Population locale amicale et agréable	50	12.47 %
Lieu de distraction et de repos agréable et paisible	39	9.73 %
Bonne cuisine (produits alimentaires frais et variés)	18	4.49 %
Nombreux sites touristiques à visiter	15	3.74%
Prix raisonnable	10	2.49 %
Bon hébergement, plusieurs restaurants et hôtels, bars intéressants	10	2.49 %
Situation géographique favorable (pas très loin de HCMV)	8	2.00 %
Autres raisons	54	13.47 %

Source : LE Thi My Binh (2010)

Pourtant, mis à part les recommandations tout à fait positives, un touriste interrogé recommanderait cette destination à ses amis *«en les prévenant des désagréments comme les ventes ambulantes, la saleté de la plage, les ordures, les escrocs, les vols, le racolage des clients, etc.»* Un touriste conseillerait à ses amis de faire un passage à Nha Trang sans y rester. Selon lui, *«S'il n'y a pas d'amis, il n'y retournera pas, car il existe d'autres sites touristiques plus intéressants que Nha Trang»*. Certains autres touristes ont vu les limites du tourisme dans la baie de Nha Trang. Cependant, ils recommanderaient aussi cette destination à leurs amis car *«ils ont apprécié la belle ville, les sites touristiques intéressants, la population locale amicale, la qualité de services proposée»*.

Les raisons des touristes qui ne recommanderaient pas cette destination à leurs amis résultent du manque de sécurité, de l'inadaptation des pratiques touristiques, de la monotonie des services touristiques, du prix irrationnel : *«Cette destination n'est pas tout à fait sécuritaire pour tous les touristes. Peut-être convient-elle mieux pour les touristes jeunes qui voyagent seuls»*, *«Elle serait bonne pour la plongée, mais il ne faudrait pas participer aux autres pratiques touristiques, car rien n'y est intéressant. Les services touristiques sont monotones»*, *«La ville est bruyante. La baie a une mauvaise odeur. Il y a aussi beaucoup de racolages des touristes et des pièges touristiques»*. *«Les prix ne sont pas raisonnables»<sup>90</sup>*.

<sup>90</sup> Source : Informations obtenues résultent de nos questionnaires réservés aux touristes.

*Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang*

En conclusion, malgré toutes les lacunes existantes (comportement du personnel et ses compétences professionnelles, qualité de service proposée par les entreprises touristiques, sécurité des touristes), il apparaît que les touristes sont quand même plus ou moins satisfaits de leurs vacances à Nha Trang. Ce constat est également pris en compte dans notre questionnaire. Plus précisément, parmi les touristes interviewés, nous remarquons un pourcentage important de touristes revenant à Nha Trang (45.39%) contre 54.61% de touristes venant à Nha Trang pour la première fois. Par contre, il faut davantage de professionnalisme et de formation contenue pour l'ensemble du personnel, surtout pour ceux qui travaillent dans les transports et les sites touristiques. La confiance de recommander cette destination à leur amis met la localité dans un défi : Exploiter de façon optimum les ressources touristiques et maintenir l'amabilité des résidents. Ces deux «éléments» constituent des atouts majeurs de Nha Trang qui permettent d'assurer la durabilité de l'industrie touristique locale.

### **Conclusion de la deuxième partie**

A l'issue de la 2<sup>e</sup> partie, nous constatons que les touristes et les résidents ne partagent pas les mêmes avis sur le développement touristique actuel à Nha Trang : L'avis des touristes est plus positif que celui des résidents.

Nha Trang est connu sur l'échiquier du tourisme mondial, non seulement parce que des flux de touristes de plusieurs nationalités y ont fait leur apparition mais aussi et surtout parce que le nombre de touristes domestiques se développe de manière significative depuis la politique de renouveau «Đổi mới» en 1986. Malgré certains griefs, les touristes sont satisfaits de leurs vacances à Nha Trang. Ceci est prouvé par leur niveau d'évaluation générale du tourisme à Nha Trang, leurs pourcentages de recommandation de cette destination à leurs amis. Nous prenons également conscience du fait que la qualité des ressources humaines joue vraiment un rôle important pour donner satisfaction aux touristes. Ces ressources humaines incluent aussi bien les personnels liés indirectement aux prestations touristiques que les autres personnels qui peuvent se trouver en contact direct avec des touristes. On l'oublie parfois, mais la plupart des touristes peuvent négliger les faiblesses liées aux infrastructures touristiques s'ils sont bien reçus par un personnel qualifié, dévoué et expérimenté.

Contrairement aux touristes, il apparaît que les résidents sont partagés vis-à-vis du développement touristique actuel à Nha Trang. Leurs perceptions concernant l'évaluation générale du tourisme, les impacts socio-culturels se différencient d'un quartier à l'autre. Force est de constater que le développement touristique actuel ne profite pas à tout le monde. Les revenus dûs au tourisme dépendent tout à fait du bon-vouloir des investisseurs extérieurs qui ne laissent aucune somme d'argent aux sous-quartiers îliens sauf les impôts versés à la ville. Ceci crée de plus en plus de décalage entre les «riches» et les «pauvres». En effet, les résidents ayant des moyens financiers continuent à investir pour augmenter leurs revenus, tandis que les pauvres n'ont accès qu'aux boulots précaires avec un salaire médiocre. Eu égard à ces remarques, bien que le niveau de satisfaction des touristes soit maintenu, le développement touristique actuel à Nha Trang ne permet pas de répartir de façon équilibrée les bénéfices du tourisme, contrairement aux principes du tourisme durable : «Le tourisme doit largement profiter à tous les membres de la société (emplois stables, possibilités de bénéfices, services sociaux pour les communautés, réduction de la pauvreté),etc. » comme nous avons mentionné dans l'introduction générale.

***Partie 2 : Regard croisé des populations locales et des touristes sur le développement touristique à Nha Trang***

Au vu des perceptions des touristes, et surtout des résidents, nous pouvons nous demander quel rôle joue la puissance publique dans la gestion du développement touristique, comment les avis des résidents et les professionnels du tourisme sont pris en compte, quelles sont les politiques touristiques (plan d'aménagement touristique, promotion touristique, formations de personnels, préservation des ressources touristiques culturelles) proposées par l'Etat et la Province pour accompagner le développement touristique local et quelles sont les propositions pour un tourisme socioculturel appliqué à la baie de Nha Trang. La recherche de réponses à ces questions fera l'objet de la troisième et dernière partie de notre travail.

**PARTIE 3**  
**GOUVERNANCE ET PERSPECTIVES**  
**POUR UN TOURISME SOCIOCULTUREL DURABLE A NHA TRANG**

Le tourisme 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. Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction générale, le tourisme durable repose sur trois dimensions : économique, socioculturelle et environnementale. À ces trois dernières s'ajoute un enjeu transversal indispensable à la définition et à la mise en œuvre de politiques et d'actions appropriées. Il s'agit de la gouvernance. Ce terme équivalait en France du Moyen Âge à celui de «gouvernement». Longtemps resté en jachère, ce terme réapparaît dans les années 70 dans un contexte et avec un sens très différent via l'expression anglaise de «corporate governance» (gouvernance ou gouvernement d'entreprise). Aujourd'hui, la gouvernance est un terme à multiples usages et adopté par plusieurs domaines des sciences sociales : économie, sociologie, politique, etc. (Callens, S. et Alaktif, J. 2009). La remise en usage de ce terme nécessite de distinguer entre gouvernance et gouvernement.

Le terme «gouvernement» fait référence aux institutions officielles de l'Etat et aux agents chargés de gouverner, de même qu'au pouvoir coercitif légitime dont ils ont le monopole (Lequin, 2001). Le gouvernement a un rôle crucial à jouer dans le développement du tourisme, dans sa gestion ainsi que dans son évolution vers plus de durabilité. Ce rôle est justifié par les raisons suivantes (OMT, 2006) :

- Le tourisme est l'affaire à la fois d'organismes privés et d'établissements publics. On peut attendre que le secteur public joue un rôle moteur dans l'évolution vers un tourisme durable.
- Les acteurs privés innombrables du tourisme peuvent être incités à s'orienter vers de meilleures pratiques si les pouvoirs publics coordonnent ces efforts et les encadrent à l'aide de réglementations, de formations et de conseils.
- L'action du gouvernement est cruciale pour le développement durable du tourisme : aménagement du territoire, réglementation du travail, protection de l'environnement, infrastructures et services sociaux et environnementaux.
- Les actions gouvernementales de soutien au développement touristique (information, communication, éducation) peuvent s'harmoniser davantage avec les objectifs du développement durable.

Si le gouvernement se caractérise par la capacité de prendre des décisions et le pouvoir de les appliquer, la notion de gouvernance désigne davantage les modes de gouvernement et la manière de gouverner (Jessop, 1998 cité par Lequin, 2001). Elle est constituée de principes, de normes, de valeurs qui déterminent les priorités de l'action gouvernementale. Vu le rôle fondamental du gouvernement dans le développement du tourisme, c'est le mode de gouvernance choisi qui va orienter les tendances à moyen et long terme et permettre, ou non, d'aboutir à un tourisme durable. Par exemple : si la gouvernance de Nha Trang n'intègre pas les valeurs de sécurité sanitaire, son gouvernement ne va rien faire pour généraliser la collecte et l'assainissement des eaux usées. Donc, à terme, cette erreur de gouvernance produira ses effets : prolifération des bactéries malsaines ou mortelles (coliformes fécaux, staphylocoques dorés, etc.) dans les fruits de mer et les aquacultures, mortalité humaine, désertion de la station. Nous avons là une illustration du résultat d'une erreur de gouvernance affectant directement la durabilité du développement touristique.

Au regard de ce principe de responsabilité publique en matière de gouvernance, notre 3<sup>e</sup> partie sera construite en deux chapitres. Plus précisément, il nous semble tout d'abord important d'aborder le rôle qu'a depuis longtemps l'Etat dans le secteur touristique : processus décisionnel et organisation des acteurs publics, coordination, modalités de participation des acteurs privés (associations, entreprises touristiques, et population locale), etc. Nous nous intéresserons ensuite à l'efficacité et à la cohérence. Il s'agira d'évaluer les programmes d'orientation touristique approuvés par les autorités locales à l'aune de ces deux principes, d'apprécier leur faisabilité ou leur niveau de mise en pratique. Nous nous concentrerons particulièrement sur les indicateurs mentionnés : aménagement de l'espace entre tourisme et autres activités économiques ainsi que protection et mise en valeur du patrimoine bâti monumental sans oublier d'analyser brièvement la formation de personnel. Enfin, pour mettre Nha Trang et sa baie sur la voie du tourisme socioculturel durable, nos propositions feront l'objet du chapitre 6 de la partie 3.

## Chapitre 5 : Gouvernances touristiques inefficaces

Concernant la définition de gouvernance, s'il existe autant de définitions que d'auteurs (Lequin 2001), nous trouvons dans tout le fil conducteur d'une préoccupation normative centrée sur la notion de «bonne intelligence». Dans le cadre de notre travail, nous faisons référence à la définition de gouvernance de la Commission Européenne (2001). Pour elle, la gouvernance désigne «les règles, les processus et les comportements qui influent sur l'exercice des pouvoirs (...), particulièrement du point de vue de l'ouverture, de la participation, de la responsabilité, de l'efficacité et de la cohérence»<sup>91</sup>. Dans le même esprit, nous trouvons également la définition de gouvernance de De Senarclens (1998) cité par Lequin (2001, p.82). Selon lui, «la gouvernance constitue un mode de gestion qui permet de résoudre les conflits, de faciliter la coopération et également de diminuer les problèmes résultant de l'action collective dans un univers d'acteurs interdépendants».

Pour évaluer la gouvernance en matière de développement touristique à Nha Trang, nous ferons référence aux cinq principes de la bonne gouvernance énoncés dans le Livre Blanc sur la Gouvernance Européenne (2001)<sup>92</sup> en nous adaptant à notre contexte politique et socioculturel. En effet, le Livre Blanc explique que les différences entre localités, dues au fait que chaque territoire présente un agencement de données historiques, sociales, culturelles et politiques qui lui est propre, ne sont pas un obstacle à l'application de ces principes. (Teissereinc, 1994 cité par Lequin, M. et Cloquet, I. 2006). Il s'agit de : l'ouverture, la participation, la responsabilité, l'efficacité et la cohérence.

- L'«ouverture» traduit le souci de transparence dans le fonctionnement des institutions.
- La «participation» : il s'agit de prendre en compte l'interdépendance de tous les acteurs et de permettre leur participation à la conception et à la mise en œuvre des politiques.
- La «responsabilité» correspond à un souci de clarification du rôle de chacun : ce souci du «qui fait quoi» doit se traduire en processus législatifs et exécutifs.
- L'«efficacité», en termes de gouvernance, doit être recherchée par une juste évaluation des moyens et des résultats, assortie d'une juste application du principe

<sup>91</sup> Source : <http://www.institut-gouvernance.org/fr/document/fiche-document-58.html>, page consultée le 25.6.2011

<sup>92</sup> Source : <http://www.institut-gouvernance.org/fr/document/fiche-document-58.html>, page consultée le 25.6.2011



de subsidiarité. Inutile, par exemple, de créer une structure publique là où l'action privée obtient de bons résultats.

- La «cohérence» répond au même souci d'économie générale du système : il s'agit de faciliter la coordination des actions entre les différents niveaux de prise de décisions, notamment, à Nha Trang, entre la sphère privée et les collectivités territoriales.

Nous pouvons retenir ces critères parce qu'ils sont universels, quelles que soient la taille et la situation des organisations concernées. Qu'ils s'appliquent à la Communauté européenne ou à la Province de Khanh Hoa et à la ville de Nha Trang, ils relèvent de la responsabilité des pouvoirs publics, pour la seule raison qu'aucune structure privée n'a autorité pour inscrire ces principes dans la loi, les imposer à tous et garantir leur cohérence au long terme. Quel que soit le gouvernement, le but final d'une gouvernance est d'arriver à son efficacité. Pour ce faire, il faut qu'elle soit cohérente dans toute la globalité de ses actions. Pour ce faire, elle est de la responsabilité des institutions étatiques qui met en œuvre cette gouvernance, de l'ouverture et surtout de la participation des acteurs interdépendants.

## **5.1. Une organisation administrative du tourisme très liée au politique**

### **5.1.1. Un centralisme démocratique aux différents échelons administratifs et politiques**

Notre propos n'est pas de faire une analyse approfondie de l'organisation administrative du Vietnam, car ce n'est pas l'objectif de notre étude. Nous abordons seulement les organes politiques et administratifs propres à notre sujet : leurs rôles, leurs missions ainsi que leurs relations dans le développement touristique local.

La République Socialiste du Vietnam est placée sous la direction politique d'un parti unique. Il s'agit du Parti Communiste du Vietnam (PCV). Il est «la force dirigeante de l'État et de la société». L'organisation du Parti est reproduite à quatre échelons de l'organisation administrative territoriale : national «trung ương», provinces «tỉnh», villes «thành phố», districts «huyện» ainsi que communes rurales «xã» ou quartiers urbains «phường». En observant l'organigramme <sup>93</sup> ci-joint, nous constatons qu'il y a toujours un regard politique

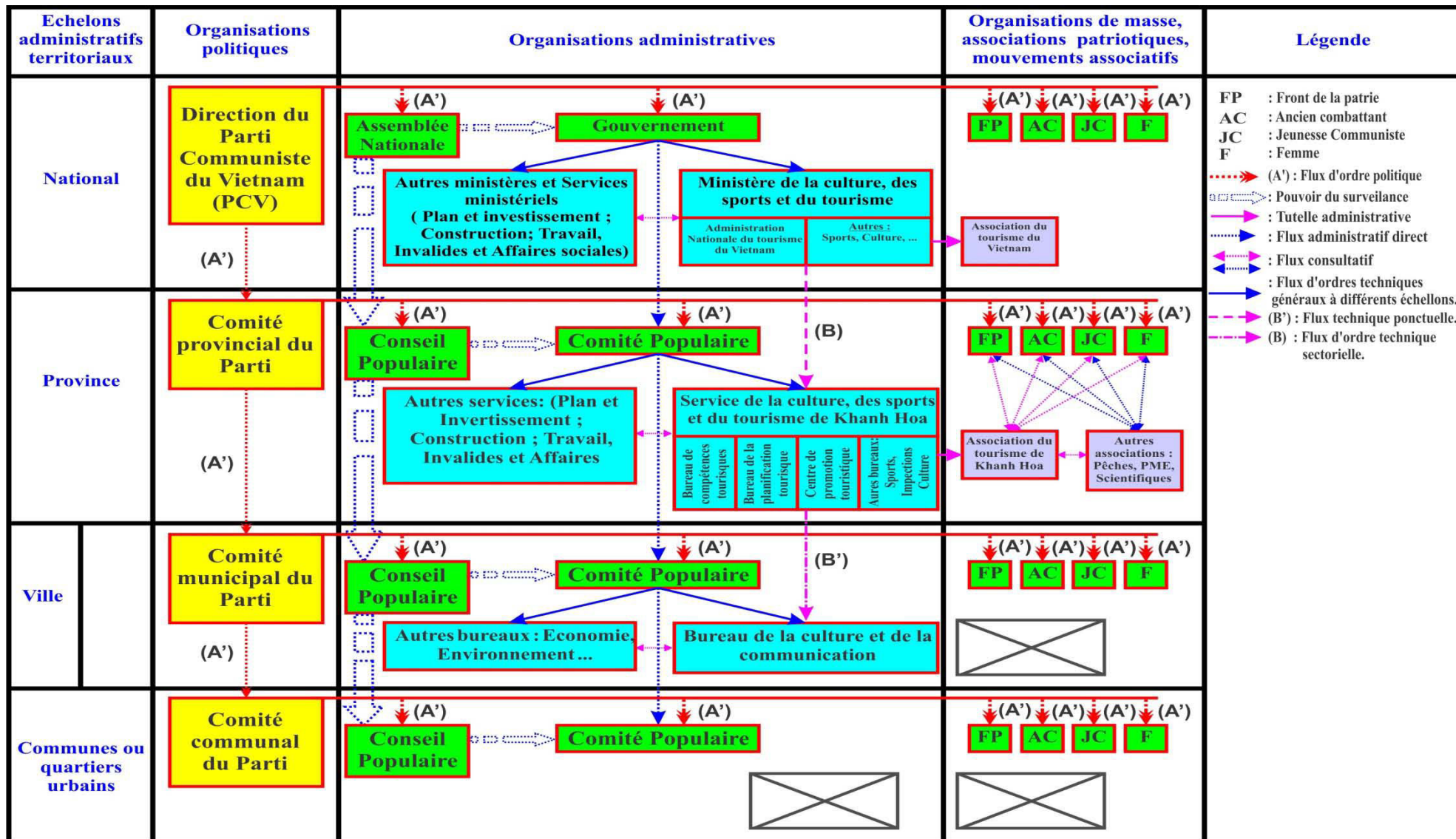
---

<sup>93</sup> Il est difficile de dresser un organigramme complet qui résume toutes les missions des institutions étatiques du Vietnam et de Nha Trang, car chacune possède plusieurs tâches. Pour l'alléger, nous en avons tenu quelques-unes importantes. Cet organigramme est conçu pour illustrer seulement l'administration du tourisme de Nha Trang dans l'organisation administrative et politique du Vietnam. Nous tenons à remercier Monsieur le secrétaire général de l'Association du tourisme de Khanh Hoa de nous avoir aidés à finaliser ce travail difficile.

*Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

sur les actions du gouvernement à tous les échelons. Il s'agit d'une organisation bipolaire, la structure politique se superposant à la structure administrative.

L'administration du tourisme de Nha Trang dans l'organisation administrative et politique du Vietnam.



Source : LE Thi My Binh avec la participation de Alain MAHARAUX (2011), inspiré de De Sacy (2002)

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Le territoire vietnamien est réparti en quatre niveaux d'administration:

- Le gouvernement central.
- Le niveau provincial comprenant 60 provinces (tỉnh, thành) dont cinq villes (Hanoï, Hai Phong, Da Nang, Ho-Chi-Minh-Ville et Can Tho), sous autorité du gouvernement central.
- Le niveau des 615 districts se compose des arrondissements ruraux des provinces (huyện), des arrondissements urbains (quận) des villes – provinces ainsi que des villes chef-lieu de province (tỉnh lỵ).
- Le niveau des 10 477 communes correspond aux communes rurales (xã), aux quartiers des villes-provinces (phường) et aux bourgs de province (thị trấn).

Sous la direction du PCV, l'administration du Vietnam fonctionne de façon verticale selon le principe du centralisme démocratique. Les principaux organes de l'État Vietnamien comprennent l'Assemblée Nationale, le gouvernement, la Cour populaire suprême ainsi que le Parquet populaire suprême. L'Assemblée Nationale exerce des pouvoirs constituant, législatif, exécutif et judiciaire. Étant l'organe représentatif le plus élevé du peuple et le détenteur suprême du pouvoir public de la République Socialiste du Vietnam, elle est directement élue par son peuple pour un mandat de cinq ans. Elle élit à son tour le Président de la République (chef suprême de l'État), le Premier Ministre, le Président de la Cour populaire suprême et celui du Parquet populaire suprême.

Le gouvernement est l'organe exécutif suprême de l'État. Ayant une administration de plus en plus étoffée et compétente, il intervient en tant qu'agent régulateur en orientant le développement du tourisme et en édictant les règles juridiques dans lesquelles ce développement doit prendre place. La planification touristique qu'il conçoit est également une des manifestations patentes de son interventionnisme dans le secteur touristique. Par ailleurs, la réglementation que l'État vietnamien établit pour gérer les flux touristiques sur son territoire est également à comprendre comme une volonté de sa part d'encourager le développement touristique du pays tout autant que de le maîtriser en fonction de ses intérêts. En outre, le secteur touristique est, comme n'importe quel autre secteur économique du pays, pris dans une logique d'économie de transition, de plus en plus libérale mais s'épanouissant pourtant bien dans un État politiquement socialiste. Ce paradoxe apparent explique le rôle économique encore important que l'État endosse dans le secteur touristique (Peyvel, 2009).

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Au niveau local comme à celui de tous les échelons administratifs, le Conseil populaire et le Comité populaire sont les deux organes du pouvoir d'état les plus importants. Le Conseil populaire sert de relais entre les initiatives locales et le pouvoir central. Ses actions sont soumises au contrôle et à la direction du Comité permanent de l'Assemblée Nationale. Les travaux du Conseil populaire s'effectuent dans le cadre de quatre missions : économie et budget, culture et société, lois et minorités. Il définit des orientations et des mesures relatives au développement de différentes structures et d'acteurs économiques, à la répartition du budget local, des frais de service public ainsi que les autres contributions de la population conformément à la loi. Il décide également des plans de développement socio-économique annuels et pluriannuels (Ministère de l'Intérieur, 2004).

Le Comité Populaire est l'organe exécutif du Conseil populaire. Le président et les vice-présidents du Comité Populaire sont élus par le Conseil Populaire. Il est évident que les décisions du Comité Populaire sont liées ou découlent de celles du Comité provincial du Parti et du Conseil populaire. Dans la majorité des cas, les membres du Comité permanent du Comité Populaire sont obligatoirement membres du Comité provincial du Parti. Etant responsable devant le Conseil populaire de son échelon territorial et devant les autorités publiques supérieures (gouvernement), il est chargé de mettre en œuvre les décisions prises par le Conseil populaire. Il a également un rôle d'initiative puisqu'il élabore les projets et les soumet au Conseil Populaire. Ses compétences englobent le développement socio-économique, la défense et la sécurité, et d'autre part les politiques de sa propre localité. Ses décisions sur les questions relevant de sa compétence sont prises sous forme d'arrêtés et de directives. Il est assisté par des Services techniques spécialisés (éducation et formation, affaires sociales, santé, planification – investissement, etc.) qui mettent en œuvre les projets mais ont aussi pour mission d'apporter leurs suggestions, leurs initiatives. Il existe donc bien un jeu de remontée des informations et idées depuis la base et de descente des directives depuis les instances supérieures, mais au final, ce sont les instances supérieures qui prennent toujours la décision pour les grands projets, sur propositions des instances inférieures.

#### **5.1.2. Une organisation du tourisme reflet de cette complexité administrative**

L'organigramme 1 ci-dessus montre qu'une multitude d'acteurs publics intervient dans les politiques touristiques à plusieurs échelons administratifs en fonction de leur pouvoir politique et de leurs compétences professionnelles (PCV, Assemblée Nationale, gouvernement, etc.). Cependant, la gestion étatique principale du tourisme au Vietnam est

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

assurée par l'Administration nationale du tourisme du Vietnam (ANTV). Fondée en 1960, elle était à l'origine une agence de voyage du Vietnam<sup>94</sup>. En 1978, elle devient département général du tourisme par le décret n°282/NQ/QHK6<sup>95</sup>. Durant cinq décennies, ses missions évoluent graduellement, la faisant passer du statut de simple agence de voyage au rang de gestionnaire touristique étatique important du pays. Il importe de signaler que le tourisme n'existe jamais ici comme un Ministère à part entière mais est toujours rattaché à un autre Ministère selon les périodes: Ministère du commerce extérieur (1960-1969), Comité des ministères (1969-1990), Ministère de la culture, de la communication, des sports et du tourisme (1990-1991), celui du commerce et du tourisme (1991-1992); du gouvernement (1992-2007)<sup>96</sup>. Depuis 2007, il relève du ministère de la culture, des sports et du tourisme (MCST). Les missions de l'ANTV peuvent être regroupées en cinq fonctions : régulation, aménagement, coopération internationale, comptabilité et administration<sup>97</sup>(Cf.annexe 9). Pour mener à bien les missions qui lui ont été confiées, elle se structure en deux grands types de départements (huit directs et quatre indirects)<sup>98</sup>. Il s'agit de huit départements, placés directement sous sa responsabilité : agences de voyage, hébergement, plan et financement, coopération internationale, ressources humaines, affaires juridiques, inspection et promotion touristique. En plus, quatre autres entités, plus indépendantes, sont l'institut de recherche et de développement touristique, le centre d'informations, l'édition d'un magazine touristique ainsi que celle d'un journal du tourisme.

Au niveau provincial, le Service de la culture, des sports et du tourisme (SCST) de Khanh Hoa a été créé sur la base de la fusion entre le Service des sports, le Service de la Culture et de la Communication, le Service du Tourisme et du Commerce ainsi que l'Union de la population, de la famille et des enfants suivant la décision No 777/QD – UBND en date du 28 mars 2008 du Comité Populaire de Khanh Hoa. En tant que Service spécialisé du tourisme, il est soumis à la direction, à l'orientation, et au contrôle du Comité populaire de Khanh Hoa et du Ministère de la culture, des sports et du tourisme et notamment de l'ANTV. Plus précisément, il aide le Comité Populaire à réaliser la fonction de gestion étatique touristique territoriale concernant les activités du tourisme, de la culture, des sports, de la

---

<sup>94</sup> Source : Décret N° 26/CP du 9/7/1960 du Conseil gouvernemental sur la fondation de l'agence de voyage Vietnam du Ministère du Commerce extérieur.

<sup>95</sup>Source : Résolution N° 262 NQ/QHK6 du 27/6/1978 sur la fondation de l'Administration Nationale du tourisme du Vietnam relevant du Conseil gouvernemental.

<sup>96</sup> Source : <http://50nam.tourism.gov.vn/home.php?cat=02>, page consulté le 29 juin 2011.

<sup>97</sup> Source : Décret gouvernemental N° 94/2003/ND – CP du 19/8/2003 règlementant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'Administration nationale du tourisme.

<sup>98</sup> Source : Décision sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle du Département de voyages, N° 329/QD-TCDL du 25/11/2008.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

famille et de la propagande (sauf les publicités dans les médias, le Web et les maisons d'édition) et d'autres missions chargées par le Comité Populaire, conformément à la loi.<sup>99</sup> Pour le MCST et l'ANTV, ses relations se produisent de façon plus technique sectorielle. C'est-à-dire, les politiques touristiques, initiées en centrale par les différents départements de l'ANTV sont par la suite mises en place par le SCST de Khanh Hoa. En plus, ce dernier Service remplit d'autres missions spéciales et épisodiques suite à la demande des autorités supérieures. Ses pouvoirs décisionnels sont limités aux petits projets. Le service n'a de pouvoir décisionnel que sur de toutes petites actions ; pour tout projet touristique important, le Comité Populaire de Khanh Hoa et le SCST doivent obtenir l'accord du ANTV et surtout du MCST.

En plus des relations verticales avec son ministère de rattachement et le Comité populaire, ce Service en tisse d'autres, horizontales, avec des Services techniques spécialisés dépendant du Comité populaire comme celui du plan et de l'investissement, celui de la construction, celui du travail, des invalides et des affaires sociales, etc. Le tourisme est une activité économique transversale impliquant plusieurs fonctions différentes (hébergement, animation, transport, vente, etc.) qui sont le plus souvent mises en œuvre par des opérateurs économiques différents, répartissant la responsabilité tout au long de la chaîne de production et rendant plus délicate la construction d'un produit touristique «responsable» (Schéou, 2009).

Une bonne coopération entre les Services concernés constitue une des conditions indispensables qui permettront d'assurer la durabilité du tourisme à Nha Trang. Mais ce qui nous semble manquer, ce sont des commissions mixtes de concertation et de coordination entre les Services. Les Responsables du tourisme de Khanh Hoa et de la Réserve de la baie de Nha Trang en sont conscients : *«Les coopérations entre les organismes sont peu effectives et ne se manifestent que lors des fêtes et des grands événements de la province»* ; *«Il n'y a pas de répartition de mission claire ni d'indications précises des collaborateurs. La responsabilité des opérateurs n'est pas prise en compte»* ; *«Il n'existe pas encore de texte imposant une coopération entre les Services. Les Services ne veulent pas partager leur pouvoir. Ils ne veulent pas non plus engager leur responsabilité. Le Comité Populaire attend toujours que l'initiative vienne de ses institutions inférieures. Il est content de leur déléguer*

---

<sup>99</sup> Source : Directive N° 43/2008/TTLT-BVHTTDL-BNV du 06/06/2008 sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle du Service de la culture, des sports et du tourisme relevant du Comité Populaire provincial et du Bureau de la culture et d'information relevant du Comité Populaire du district, 13p.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

*cette mission sans pour autant se préoccuper de vérifier son achèvement. Autrement dit, il ne contrôle pas souvent l'exécution de ses arrêtés et directives »<sup>100</sup>.*

Nous pensons que cette complexité administrative et ces lacunes dans la coordination rendent la gestion publique du tourisme et notamment l'action du SCST plus difficiles et moins efficaces. La prise de décision est parfois paralysée, du moins très ralentie, le temps de trouver le compromis «jouable» entre le législatif, l'exécutif et le pouvoir politique de tutelle (Sacy, 2002). Cela ne favorise pas les initiatives de ce Service, et ne lui permet pas de saisir dans leur globalité les potentiels et infrastructures touristiques. Par exemple : depuis quelques années, le nombre de nouvelles entreprises touristiques croît progressivement (du 437 en 2008 au 566 en 2010)<sup>101</sup>. Ceci est un signe favorable pour les secteurs économiques locaux. Chaque entreprise touristique a le droit de choisir son activité professionnelle (hôtels, restaurants, agences de voyage, billets, etc.) et de la pratiquer en fonction de sa compétence et son budget (Loi de l'entreprise, 2005). Selon les pouvoirs décernés, le Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa se charge de lui délivrer le permis de pratiquer son métier une fois qu'elle a rempli toutes les formalités administratives, sans consulter le SCST de Khanh Hoa. Ceci empêche toute tentative pour planifier l'équilibre des produits touristiques, surnombre en hébergement et manque de centres de loisir par exemple. Un autre exemple : en ce moment, le SCST recense seulement le nombre d'hôtels. Pour connaître celui des moyens de transport servant au tourisme ou bien celui des restaurants, il faudrait passer par les Services de transports et de santé.

Concernant l'organigramme interne, le SCST de Khanh Hoa dispose de trois bureaux spécialisés en tourisme (compétences touristiques, planification touristique et promotion touristique) et un bureau d'inspection de la culture, des sports et du tourisme. Chacun possède des fonctions différentes. Par exemple, le centre de promotion touristique se charge de concevoir et de gérer de sites internet liés au tourisme de Khanh Hoa, de lancer des campagnes de promotion touristique. Ce centre a des attributions assez semblables à ceux d'un GIT (Groupement d'intérêt touristique) en France.

Sans nier les efforts des autorités locales dans le développement touristique que nous allons détailler ultérieurement, force est de constater que la gestion de ce domaine par l'État

---

<sup>100</sup> Source : Informations obtenues suites des entretiens les 25.8.2009, 12.9.2009 et 5.7.2011.

<sup>101</sup> Source : Rapport N° 813/BCD du 15/10/2010 du Comité Populaire de Nha Trang sur la réalisation du programme de développement touristique et commercial de la ville de 2006 à 2010.



### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

manque encore de professionnalisme, de décentralisation du pouvoir. Plus on descend dans les échelles (de provincial à municipal), plus on constate une organisation touristique lacunaire et sans représentation effective dans les quartiers urbains et les communes (Cf. organigramme 1). En effet, il existe un simple bureau rattaché au Comité Populaire de la ville de Nha Trang. Il s'agit de celui de la culture et de l'information (BCI), dont les prérogatives touristiques sont très limitées. Comme son appellation le souligne, ce bureau a en ce moment pour fonctions principales d'assurer la gestion publique en matière de culture, d'informations et de politique familiale pour la ville de Nha Trang<sup>102</sup>. Parmi les 12 fonctionnaires de ce bureau, seul un fonctionnaire est partiellement concerné par le tourisme, les autres pouvant l'aider si nécessaire. En cas de problèmes comme la pollution environnementale, la construction illégale, l'hygiène alimentaire, etc. causés par les entreprises touristiques, ils sont directement résolus par les bureaux spécialisés du Comité populaire de la ville de Nha Trang.<sup>103</sup>

La décentralisation vietnamienne a débuté avec la constitution de 1992. Elle a été renforcée par la résolution du gouvernement du 30 juin 2004 qui a accéléré la réforme de l'organisation de l'administration territoriale<sup>104</sup> de façon générale, sans cibler le tourisme, entre d'un côté le gouvernement et de l'autre côté les provinces et les grandes villes placées sous autorité du gouvernement central (Ha noi, Hai Phong, Da Nang, Can Tho et HCMV). Au niveau local, le Comité Populaire de Khanh Hoa a promulgué également les décisions concernant la décentralisation gestionnaire de façon générale entre le niveau provincial, le niveau municipal sur les projets de l'investissement<sup>105</sup>. Par contre, pour ce qui concerne la gestion touristique, nous constatons plutôt une concentration du pouvoir et des compétences techniques au niveau provincial au lieu de le décentraliser au niveau municipal. Ceci est bien indiqué dans la direction 43/2008/TTLT-BVHTTDL-BNV le 06 juin 6 en 2008 sur les missions, les compétences, les pouvoirs et les organisation personnelles du Service de la culture, des sports et du tourisme (SCST), rattaché au Comité populaire de la province ainsi que du Bureau de la culture et de l'information (BCI) dépendant du Comité populaire

---

<sup>102</sup> Source : Directive N° 43/2008/TTLT-BVHTTDL-BNV du 06/06/2008 sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle du Service de la culture, des sports et du tourisme relevant du Comité Populaire provincial et du Bureau de la culture et d'information relevant du Comité Populaire du district.

<sup>103</sup> Source : Entretien avec le président du Comité de la ville de Nha Trang en mai 2011.

<sup>104</sup> Source : Résolution gouvernementale N° 08/2004/NQ-CP du 30/6/2004 relative au renforcement de la délocalisation dans la gestion étatique entre le gouvernement, les autorités locales des provinces et des villes dépendant du pouvoir central.

<sup>105</sup> Source : Décision N° 13/2010/QĐ-UBND du 31/7/2010 du Comité Populaire de Khanh Hoa sur la réalisation des procédures, la délocalisation des pouvoirs et la délégation de gestion pour les projets d'investissement mobilisant le budget de l'Etat à Khanh Hoa.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

municipal et du district qui donne tous les pouvoirs nécessaires au SCST sans préciser à quel point et comment il peut coopérer avec le BCI de Nha Trang.

Face à ces obligations, pour l'instant, la gestion publique du tourisme à Nha Trang est principalement placée sous le contrôle du SCST de Khanh Hoa qui se charge plutôt, à notre avis, de gérer le tourisme de façon globale dans toute la province, pas seulement dans la ville de Nha Trang. Durant ses missions, le BCI de Nha Trang le soutient de façon ponctuelle pour le contrôle de l'hygiène alimentaire au sein de la ville de Nha Trang, pour la mise en place de la politique d'affichage de prix des hôtels, le classement des hôtels, etc. En cas de besoin (demande de formalités, rapport du nombre de clients par mois, formation du personnel, etc.), les entreprises touristiques implantées à Nha Trang passent plutôt par le SCST de Khanh Hoa. A notre avis, plutôt que d'une véritable décentralisation, il s'agit de la «déconcentration par laquelle des pouvoirs appartenant normalement à une ou plusieurs autorités de l'Etat sont attribués à des autorités locales qui restent cependant soumises au contrôle hiérarchique des autorités centrales à qui elles doivent rendre compte.» (Kouamé, A. et Akpoué, J-M., 2008, p. 170).

Nous pensons que vu l'importance du secteur touristique de Nha Trang par rapport à la ville elle-même et à la province de Khanh Hoa, il vaut mieux que le pouvoir de décision reste plutôt au niveau municipal afin de favoriser l'initiative locale. Les chevauchements actuels de compétences touristiques augmentent la charge de travail de ce Service comme le soulignent les Responsables de quatre bureaux spécialisés au tourisme du SCTS de Khanh Hoa : «*Ayant un nombre de personnel limité (treize fonctionnaires), on est très chargé*<sup>106</sup>». Ce dernier a besoin d'une meilleure synergie pour concevoir des politiques touristiques à long terme pour toute la province. Au contraire, ces chevauchements diminuent l'autonomie de la ville de Nha Trang comme nous disait une employée chargée du tourisme au bureau de la culture et des informations du Comité populaire de la ville de Nha Trang<sup>107</sup> «*Nous jouons plutôt le rôle de collaborateur que celui d'initiateur*». La ville devrait pouvoir proposer des offres adaptées plus finement à ses propres ressources touristiques et mieux gérer la gestion publique du développement touristique à son échelon.

---

<sup>106</sup> Source : Informations obtenues suite aux entretiens les 31.8.2009 et 15.12.2010.

<sup>107</sup> Source : Informations obtenues le 10.12.2010.

### **5.1.3. Des organisations de masse et des mouvements associatifs sectoriels au rôle limité**

Héritées du système soviétique, les organisations de masse ou associations patriotiques (Front patriotique, Anciens combattants, Jeunesse communiste, Femmes, etc.) jouent un rôle important dans la stratégie de mainmise et d'arbitrage du Parti, parce qu'elles déterminent la capacité du Parti à mobiliser massivement le support populaire afin d'atteindre ses objectifs politiques et sociaux. Elles l'aident à connaître les avis des masses et permettent à celles-ci d'exprimer leurs perceptions des choses (De Sacy, 2002). Dans tout l'exercice de leurs fonctions, l'Assemblée Nationale, le Conseil Populaire et le Comité Populaire doivent collaborer étroitement avec les organisations de masse ou associations patriotiques afin de protéger les intérêts légitimes de la population locale, de sensibiliser cette dernière à l'exercice de ses droits et à l'exécution de ses obligations envers l'État. Pour le développement touristique local, ils n'ont pas de liens directs. Ils y contribuent de façon indirecte et ponctuelle à l'occasion de certaines activités comme les ramassages des ordures sur la plage de Nha Trang, la formation à la bonne conduite réservée aux vendeurs, etc.

L'Etat vietnamien conditionne aussi la structuration du secteur privé au moyen de cette juridiction, en lui imposant règles et normes (Peyvel, 2009) comme c'est le cas pour l'Association du tourisme de Khanh Hoa. Parmi les associations sectorielles, seule cette dernière association s'engage directement dans le secteur touristique. Faisant partie de l'Association du Tourisme du Vietnam, celle de Khanh Hoa a été fondée en mai 2005. C'est une association volontaire d'entreprises, d'organismes économiques et de particuliers exerçant des activités économiques liées au tourisme. Elle a pour missions d'établir les coopérations entre ses membres, de leur apporter les soutiens économiques et techniques dans la stabilisation du marché, dans le commerce, dans le service, dans l'augmentation de la qualité des produits touristiques. Elle représente ses membres, défend leurs droits ainsi que leurs intérêts légaux et contribue au développement touristique de Khanh Hoa (Association du tourisme de Khanh Hoa, 2005).

Elle compte en ce moment 70 membres (environ 20% des établissements touristiques locaux existants). Malgré ses efforts, l'association fait face à plusieurs difficultés qui l'empêchent d'atteindre ses objectifs. Suite à son rapport de fin d'année 2009 (Association du Tourisme, 2009) et aux entretiens auprès de la direction de l'Association en question, nous avons identifié des difficultés venant de l'intérieur et de l'extérieur. Ses difficultés externes

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

viennent de la coopération avec les autorités locales. Contrairement aux organisations de masse ou associations patriotiques (Front patriotique, Anciens combattants, Jeunesse communiste, Femmes, etc.), même en étant placée sous la tutelle du SCST de Khanh Hoa, elle doit se débrouiller seule dans la recherche de financement pour couvrir toutes ses missions comme indiqué dans le statut de l'Association du tourisme du Vietnam<sup>108</sup>. Par son manque de politique d'actions persuasives, elle ne reçoit pas assez de soutien, d'encouragement des autorités locales (y compris de son Service de rattachement) au cours de sa mission. Par exemple, certaines demandes n'ont pas été résolues de façon satisfaisante pour la politique d'affichage des prix. Même si l'association en question est invitée aux réunions organisées par les autorités locales, sa présence n'est cependant que formelle et ses interventions n'ont pas de valeur décisive comme le soulignent certains professionnels du tourisme : *«Les associations dans les pays développés jouent un rôle très important. Ce n'est malheureusement pas le cas au Vietnam»*<sup>109</sup>.

De plus, on observe un manque de coordination entre le Centre de promotion touristique et l'Association du tourisme. En réalité, ce Centre manque de personnel pour assumer ses missions à l'Office de tourisme de Nha Trang<sup>110</sup>. En revanche, l'Association a du mal à trouver un local pour établir une autre sorte d'office de tourisme, en vue de promouvoir les produits touristiques de ses adhérents et des autres établissements touristiques s'ils le souhaitent. Il nous semble qu'il y a un manque de confiance des autorités locales vis-à-vis des acteurs privés comme le souligne un Responsable du Centre de promotion touristique : *«l'Association n'a pas assez de capacités (financières et en personnel) pour assumer les missions de l'Office de tourisme de Nha Trang»*<sup>111</sup>. A notre avis, il importe de donner plus d'autonomie à l'initiative privée comme l'Association de tourisme de Khanh Hoa. Cette solution permettrait d'éviter un doublon de structures, en laissant le secteur privé maître de sa promotion locale, et en concentrant les moyens publics sur la promotion à l'étranger.

---

<sup>108</sup> Source : Décision N° 18/2002/QĐ-BNV du 25/12/2002 du Ministre de l'Intérieur sur la fondation de l'Association du tourisme du Vietnam, 1p.

<sup>109</sup> Source : Entretiens avec l'ex-directeur de l'Association du tourisme de Khanh Hoa et certains hôteliers en septembre 2009.

<sup>110</sup> En 2008, l'Office de tourisme de Nha Trang a été fondé sous la direction du Centre de promotion touristique de Khanh Hoa, contribuant à la publicité de l'image du tourisme de Nha Trang. Par manque de personnel, le Centre de promotion touristique fait venir des employés d'une agence de voyage à Nha Trang à y travailler en permanence. À notre avis, cette facilité n'assure pas les conditions d'objectivité et d'égalité entre les établissements touristiques locaux. En plus, les activités de cet office ressemblent plutôt à celles des autres agences de voyages localisées à Nha Trang. Cet organisme reste presque inconnu tant pour les touristes que pour la population locale et ne semble donc pas encore qualifié pour représenter l'ensemble de l'offre touristique.

<sup>111</sup> Source : Informations obtenues le 28.9.2009.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Les difficultés de l'Association proviennent également des adhérents. Ses membres sont issus de métiers différents (hôteliers, restaurateurs, cuisiniers, guides touristiques, formateurs de tourisme, etc.). Comme chacun a ses propres compétences et des préoccupations professionnelles différentes, ils ont du mal à s'entendre afin de parler ensemble d'un problème de manière approfondie. À cause de leurs activités différentes, ils n'ont que peu d'occasions de se rencontrer, sauf lors de réunions de fin d'année. L'Association ne satisfait pas ses membres. Elle ne joue pas vraiment le rôle de relais parmi les adhérents ainsi qu'entre les adhérents et les autorités locales. Par exemple, si ses membres ne sont pas d'accord sur une politique des autorités locales comme la politique du prix des chambres, ils lui demandent de transmettre leur avis. Même si le message est passé, la résolution des autorités locales ne répond pas forcément aux attentes des entreprises (Association du tourisme de Khanh Hoa, 2009).

En ce moment, l'Association du Tourisme de Khanh Hoa a du mal à recruter des adhérents, car les établissements touristiques ne voient aucun intérêt à y participer. En réalité, *«Il n'y a pas de différences entre adhérents et non adhérents. La participation à l'Association du Tourisme n'est que formelle, juste pour faire plaisir à sa direction»*<sup>112</sup>. Une autre difficulté provient des adhérents eux-mêmes. Comme le budget de l'Association vient seulement des cotisations de ses membres, le fait que certains membres n'acquittent pas le montant de leur cotisation empêche d'équilibrer le budget annuel.

#### **5.1.4. Coopération entre les entreprises touristiques et les autorités locales, renforcée mais reste encore à améliorer**

Comme nous l'avons expliqué dans la partie 2, l'industrie touristique à Nha Trang est caractérisée par une prédominance des PME touristiques qui représentent à 96 % des entreprises touristiques à Nha Trang<sup>113</sup>. Pour les soutenir, le gouvernement vietnamien a lancé des politiques d'encouragement qui concernent les soutiens financiers, le développement des ressources humaines, la location des locaux, le renforcement des compétences techniques et technologiques, l'élargissement du marché, l'information et la consultation<sup>114</sup>. Au niveau local, le Centre de promotion de l'investissement de Khanh Hoa<sup>115</sup> assure une fonction

---

<sup>112</sup> Source : Entretiens avec les chefs d'entreprises touristiques en septembre 2009.

<sup>113</sup> Source : Bureau de l'inscription du commerce, rattaché au Service du plan et de l'investissement de Khanh Hoa en juillet 2011.

<sup>114</sup> Source : Décret gouvernemental N° 56/2009/NĐ-CP du 30/6/2009 sur le soutien des petites et moyennes entreprises.

<sup>115</sup> Ce Centre est attaché au Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

supplémentaire relative au soutien des PME à partir du 17 juin 2009<sup>116</sup>. Il nous semble difficile d'évaluer dans l'ensemble l'application de ces politiques, car nous n'obtenons pas les documents nécessaires pour élaborer une recherche approfondie. Nous sommes simplement en mesure d'analyser les coopérations entre les entreprises touristiques et les autorités locales dans l'esprit du développement durable : participation aux processus de décision.

La participation est un processus d'échange entre une organisation capable d'accorder un certain degré de pouvoir aux personnes visées par la décision et des personnes qui acceptent un certain degré de mobilisation et d'implication (Lequin, 2001). Pour analyser la participation des entreprises touristiques au développement touristique local, nous ferons essentiellement référence aux résultats de l'étude de Vo Sang (2010). A notre connaissance, c'est la recherche la plus récente sur les entreprises touristiques locales. Notre choix s'explique également par les points communs entre cette étude et notre recherche, objectifs visés, démarches scientifiques suivies (recherches bibliographiques, interviews des personnes ressources impliquées, questionnaires et enquêtes, dépouillement des données, etc.), par la valeur institutionnelle de cette étude, car elle a été approuvée par le Comité Populaire de Khanh Hoa et a été rendue publique en 2010 et par le nombre important des personnes intervenues, car son résultat découle de l'analyse de 137 questionnaires, de 30 enquêtes, des opinions d'une centaine d'invités (publics et privés) lors des réunions et des conférences organisés dans le cadre de ce projet. Il est important de souligner que même si cette étude porte le nom de «*Développement touristique de Khanh Hoa jusqu'en 2015 au profit des PME touristiques*», cela ne nous empêche pas de la consulter, car à Khanh Hoa, le tourisme est particulièrement développé à Nha Trang. Et toutes les entreprises touristiques qui ont participé à cette étude, sont localisées à Nha Trang.

L'élaboration d'une stratégie de tourisme durable doit être un processus participatif qui associe de multiples acteurs pour susciter une plus large adhésion à la stratégie et la volonté de la mettre en œuvre (OMT, 2006). La participation a pour but final d'accroître la compréhension des acteurs les uns envers les autres, de favoriser la confiance réciproque, et de développer un sentiment d'appartenance permettant de mieux intégrer et d'accepter le projet de développement (Lahaye, 2009). Depuis 2007, grâce au soutien financier de BSPPS

---

<sup>116</sup> Rattaché au Service de planification et d'investissement de Khanh Hoa, ce centre a pour missions d'aider les entrepreneurs de tous les domaines à créer leurs entreprises, à pratiquer plus facilement leur commerce ainsi qu'à exploiter le potentiel touristique local, conformément à la politique de développement économique et social de la province.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

(Business Sector Program Support)<sup>117</sup>, plusieurs rencontres collectives entre les autorités locales et les entreprises ont été organisées<sup>118</sup>. Cela montre l'effort des autorités locales pour favoriser le processus de faire participer des acteurs privés aux décisions étatiques. Ces dernières rencontres permettent de traduire le «transparence» dans le fonctionnement des institutions étatiques, de resserrer la coopération entre les autorités locales et les entreprises, de fournir des informations aux entreprises et de modifier la politique des autorités locales. Concrètement, les autorités locales ont l'occasion d'échanger directement avec les participants au sujet des lacunes dans les formalités administratives, du comportement des fonctionnaires et de leur compétence professionnelle, de la politique de développement des entreprises touristiques ainsi que de l'amélioration de l'environnement commercial, etc. De leur côté, les entreprises peuvent également exprimer ce qu'elles souhaitent (BSPS, 2009).

Cet effort des autorités locales est bien confirmé dans la recherche de Vo Sang (2010). Selon cette étude, un peu plus de la moitié des entreprises (53%) affirme avoir été consultées par les autorités locales<sup>119</sup>. Le domaine le plus sondé est, forcément, celui qui préoccupe le plus les autorités locales et les entreprises. Il s'agit de l'impôt (53%), l'aménagement touristique provincial, la planification et l'utilisation des ressources humaines ainsi que la réforme de procédures administratives viennent ensuite dans l'ordre des priorités (42%) (34%) et (30%). Il est regrettable de constater que seulement 16% sont interrogés sur les politiques de développement socio-économique provincial, car ces dernières politiques permettent de déterminer les pistes à suivre dans la globalité cohérente entre plusieurs activités économiques dont le tourisme en fait partie. Mieux elles sont conçues, plus elles facilitent leur mise en place pour éviter les conflits d'intérêt économique. Pourtant, le fait que presque la moitié des entreprises n'aient pas donné leur avis provoque un désavantage pour eux, ce qui a un impact négatif sur ces entreprises, surtout quand elles veulent entreprendre des projets à long terme (voir le graphique 28 ci-joint).

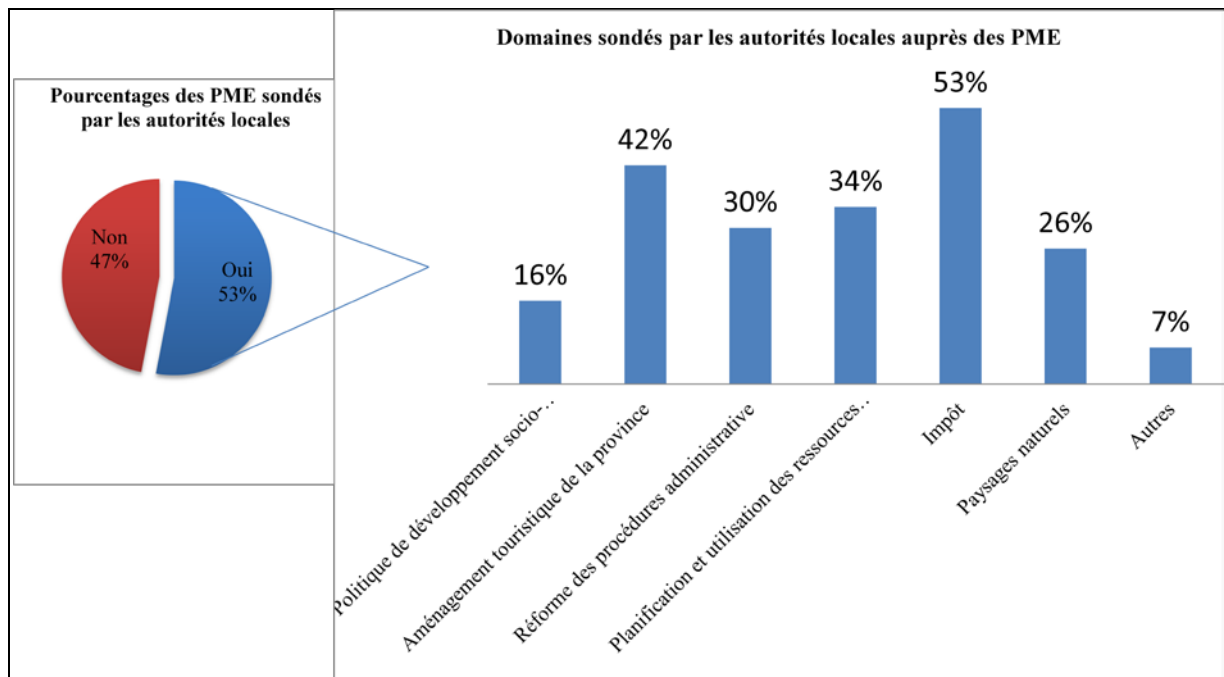
---

<sup>117</sup> Un programme financé par le gouvernement danois pour soutenir des PME.

<sup>118</sup> Pendant 2 ans (2007-2008), ce programme a soutenu le Comité Populaire de Khanh Hoa, les Comités Populaires des districts appartenant à cette province avec la participation de 2440 entreprises.

<sup>119</sup> Les autorités locales sont comprises dans le sens global sans forcément distinguer le Comité provincial du Parti, le Conseil populaire, le Comité populaire, le SCST de Khanh Hoa et d'autres Services techniques.

Graphique 28. Pourcentages et domaines sondés par les autorités locales auprès des PME touristiques.



Source : VO SANG ( 2010)

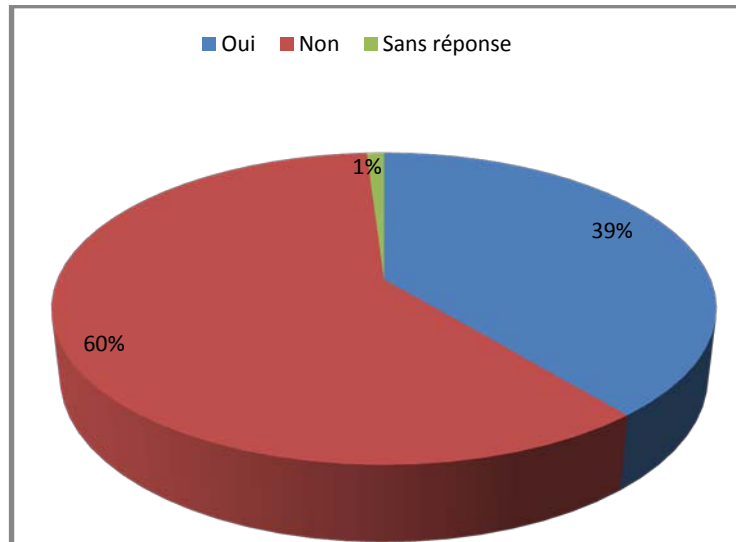
Par ailleurs, nous notons une forte autonomie des entreprises touristiques. Nous prenons deux exemples. Premièrement, le taux des entreprises qui ne reçoivent aucun soutien des autorités locales est assez élevé (60%) comme l'indique le graphique 29 ci-joint. Pour l'approuver, tous les dirigeants d'entreprises interrogés ont dit que «*lors de la création de leurs entreprises, ils doivent se débrouiller seuls en profitant éventuellement de l'expérience d'autres entreprises ou de l'aide de relations amicales. Ils ne reçoivent aucun soutien de la part des autorités locales*»<sup>120</sup>. Seulement 39% des entreprises interviewées reçoivent les soutiens des autorités locales qui mettent en place des politiques pour assurer la sécurité, diminuer les vols, encourager des activités commerciales touristiques, créer l'environnement touristique approprié, mettre en place un bon système de transports, faciliter les formalités de déclaration des hébergements à l'hôtel, contrôler l'hygiène, exempter d'impôts les premières années de création, réduire les impôts, organiser des stages de formation sur les impôts, les lois commerciales, le prêt de capital, le fourniture d'informations relatives au commerce.

<sup>120</sup> Source : Informations obtenues des entretiens semi-dirigés dans le cadre de la recherche de Vo Sang, 2010.



### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 29. Soutien des autorités locales pour les PME touristiques en pourcentage.



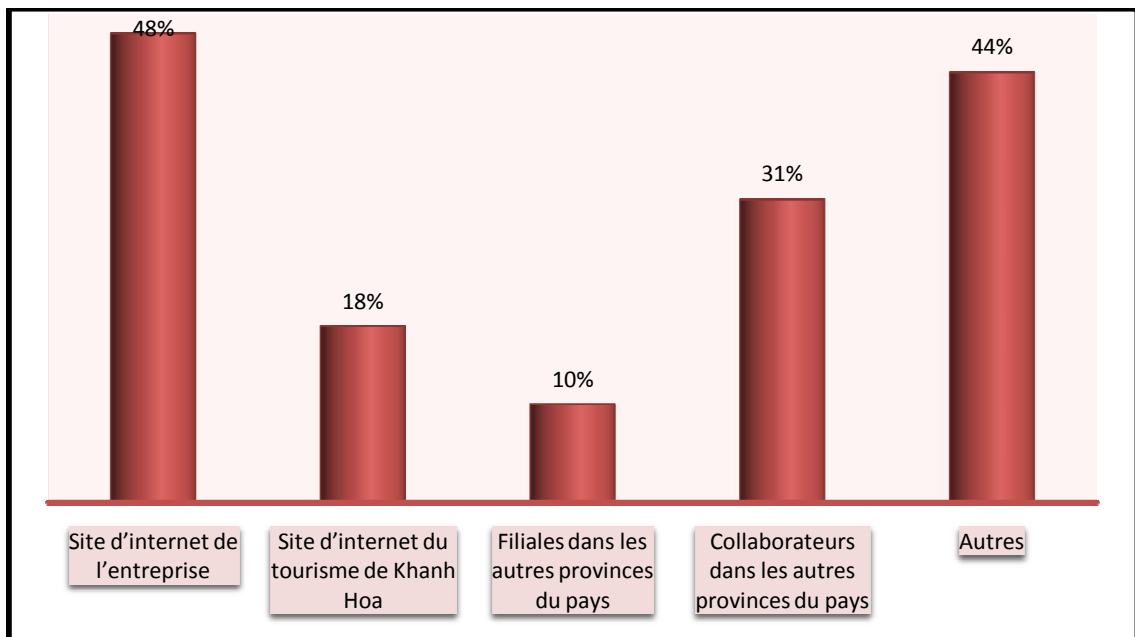
Source : VO SANG (2010)

Deuxièmement, avant de procéder à la commercialisation d'un produit touristique, il faut avant tout assurer sa promotion. Elle a pour objet de faire connaître une image favorable du produit touristique et de susciter le désir de voyager. Pour ce faire, la promotion du produit touristique exige la mise en place de tout un système d'informations et de relations publiques (Diouf, 2005). Selon Vo Sang (2010), la plupart des entreprises font connaître leurs produits par leurs propres moyens, par leurs sites Internet (48 %), par leurs collaborateurs dans les autres provinces (31 %) ou par d'autres moyens (44 %) comme le bouche-à-oreille (amis, collègues, taxis), les cartes de visites, brochures, email, fax, banderoles dans la rue, magazines touristiques, TV, sites Internet de grandes entreprises vietnamiennes, foires, salons du tourisme, notoriété de l'entreprise et choix spontané des clients. Seulement 25/137 (18 %) entreprises se servent du site Internet du tourisme de Khanh Hoa<sup>121</sup> pour promouvoir leurs produits touristiques (voir le graphique 30 suivant).

<sup>121</sup> Le Centre de promotion touristique de Khanh Hoa (SCST) s'occupe de mettre à jour ce site.

**Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

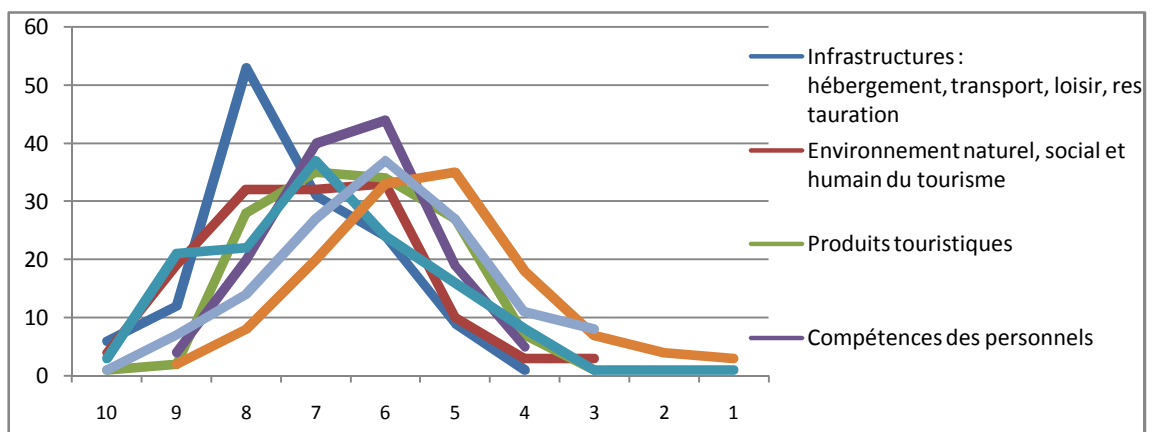
Graphique 30. Moyens utilisés par les PME touristiques pour faire la publicité de leurs produits touristiques.



Source : VO SANG (2010)

Ces statistiques confirment que la plupart des entreprises évitent de passer par le Centre de promotion touristique de Khanh Hoa. Ainsi, les campagnes de promotion initiées par ce Centre ne sont pas vraiment efficaces. Elles ne permettent pas de faire connaître les offres touristiques locales aux marchés vietnamiens et étrangers. De plus, lorsqu'il s'est agi d'évaluer la politique publique de soutien aux entreprises de tourisme à Khanh Hoa (époque 2006-2010) en notant de 1 à 10, les notes que les entreprises touristiques ont données (aux politiques de soutien aux PME) sont plutôt sous la moyenne (de 1 à 5). Lorsqu'elle porte sur les autres critères (infrastructures, environnement, produits touristiques, etc.), l'évaluation des entreprises est meilleure, comme le montre le graphique 31 ci-dessous.

Graphique 31. Evaluation du tourisme à Khanh Hoa (étape 2006-2010) effectuée par les PME touristiques.



Source : LE Thi My Binh (2011) à partir de données de Vo Sang (2010)

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Ainsi, les résultats mentionnés montrent que malgré la bonne volonté des autorités locales (application du Décret gouvernemental sur le soutien des PME, centre de soutien des PME, etc.), les entreprises touristiques sont peu satisfaites. Nous essayons d'analyser ce «décalage» sous deux angles : celui des autorités locales et celui des entreprises touristiques. Au niveau des responsables locaux, il s'agit d'un exemple de gouvernance assez inadéquate, avec ses résultats : manque de professionnalisme, inefficacité des politiques, corruption de certains fonctionnaires. Nous pouvons illustrer en détail ces trois aspects de ce constat :

La participation requiert une organisation. En effet, l'organisation représente une condition nécessaire pour la participation au sein d'un système d'interactions complexe (Lahaye, 2009). Bien que des rencontres entre les autorités locales et les entreprises touristiques soient organisées, les résultats ne sont pas tout à fait satisfaits pour ces raisons suivantes. La première raison tient à la façon d'organiser ces rencontres. Les réunions de consultation ne sont pas réalisées sur une base régulière ni bien préparée. Elles se déroulent une fois, ou quelquefois par an avec le soutien financier de BSPS. La deuxième raison concerne le contenu des rencontres qui n'est pas adapté aux attentes des entreprises. Il ne s'agit pas de problèmes qui intéressent les entreprises comme qualité du travail, différends entre travailleurs, salaires, indemnités, assurance sociale, etc. et surtout il manque des rencontres afin de préciser les orientations des entreprises touristiques en accord avec les orientations touristiques générales de la province de Khanh Hoa (BSPS, 2009).

La dernière raison porte sur la complexité administrative. Comme nous le mentionnons (Cf. organigramme 1), le tourisme est une activité économique transversale qui a des répercussions sur d'autres secteurs économiques (transport, communication, pêche, terrain, etc.). La résolution de certains problèmes liés à l'intérêt des entreprises touristiques rencontre donc parfois des difficultés, car ils dépassent les compétences des Services et même celles du Comité Populaire de Khanh Hoa. Dans ces cas là, les autorités locales prennent des notes et promettent de les résoudre ultérieurement. Pourtant, certains problèmes abordés dans plusieurs rencontres ne sont pas résolus de façon satisfaisante, ou bien ils ne sont pas complètement résolus, car il faudrait quelquefois prendre l'avis du Premier Ministre ou des autres Ministres concernés. Ceci donne aux entreprises l'impression de «*ne servir à rien*» et ils ne veulent plus participer aux rencontres avec les autorités locales ou bien ils ne veulent plus donner leur avis comme le soulignent certaines entreprises : «*Oh, c'est juste une formalité de nous consulter. L'Etat décide sans tenir compte des entreprises*» ; «*Nous ne sommes pas du tout au courant du plan d'aménagement touristique. En général, c'est l'état*

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

*qui nous l'impose. Ce plan n'a pas de valeur réelle» ; «Je ne sais pas si les autorités locales consultent les grands hôtels comme Vinpearl, Anna. Par contre, un hôtel de 2 étoiles comme le nôtre n'est pas consulté. Nous ne sommes pas informés des ressources touristiques, des salaires. C'est pour cette raison que certaines politiques proposées par la localité ne sont pas adaptées, car elles manquent de valeur réelle. Elles ne peuvent pas s'appliquer dans la réalité»<sup>122</sup>. A ces constats, nous pensons que le pouvoir qui tend à se concentrer effectivement au sommet de la pyramide est handicapé par le manque d'informations et de contacts de terrain. Ceux qui décident ne se donnent pas les moyens de connaître les aspects pratiques des problèmes qu'ils doivent traiter. Ceux qui ont des connaissances ne possèdent pas le pouvoir de décision. Le fossé entre les deux groupes, ou plutôt entre les deux rôles, se reproduit presque fatalement (Crozier, 1972 cité dans Lequin, 2001).*

En particulier, malgré des réformes, les procédures administratives restent encore lourdes et demandent beaucoup de temps. De leur côté, certains employés de Services compétents (impôts, police, Comités Populaires, etc.) continuent à créer des difficultés aux entreprises touristiques (Vo Sang, 2010). Un grand nombre d'entreprises touristiques pensent que *«la corruption et les pots de vin sont vraiment leur principal problème»*. En particulier, pour certaines entreprises au capital étranger, *«le fait de bien maîtriser les lois du Vietnam et de finir toutes les formalités administratives est compliqué»*. Les délais sont très longs. Cela conduit à des occasions d'affaires manquées et nuit gravement au développement touristique à Nha Trang (Kbiz, 2008).

Pour les entreprises touristiques, comme nous l'avons expliqué dans la partie 2, si elles possèdent quelques points forts, elles connaissent également des points faibles parmi lesquels nous pouvons compter le manque de connaissances juridiques et de professionnalisme. Au lieu de passer par les «guichets uniques»<sup>123</sup>, de se connecter aux sites internet des établissements étatiques comme celui du Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa ou bien de rencontrer le Centre de promotion de l'investissement et de soutien aux entreprises de Khanh Hoa pour se renseigner sur les procédures administratives et obtenir du soutien si nécessaire, elles se débrouillent toutes seules en consultant l'avis des amis qui ne sont pas souvent au courant de nouveaux changements administratifs pour faire avancer leur commerce (Kbiz, 2007). Ceci découle de la persistance de pratiques individualistes et conduit

---

<sup>122</sup> Informations obtenues suite aux enquêtes auprès des entreprises touristiques en septembre, octobre et novembre 2009.

<sup>123</sup> Les «guichets uniques» est une des réformes administratives importantes visant la simplification des procédures administratives. Ils sont créés dans les organes fonctionnels publics, locaux et organismes publics locaux à tous les échelons territoriaux.

### **Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

évidemment aux méfaits d'une concurrence malsaine comme le soulignent les responsables du bureau de compétences touristiques et du Centre de promotion d'investissement et de soutien aux entreprises : «*Certaines entreprises n'ont pas la vision à long terme d'un entrepreneur. De plus, elles ne participent ni activement aux campagnes de publicité, initiées par les autorités locales, ni aux réunions organisées par le SCST de Khanh Hoa*». «*Nous avons proposé des stages de formations destinés aux entreprises touristiques. Il est regrettable que le nombre de participants soit resté très limité, car ils ne veulent pas côtoier 50% de frais de stage de formations*<sup>124</sup>».

Faute de plan d'action cohérent et durable, certaines ne s'investissent pas au niveau collectif dans le développement touristique local. Lors des réunions de consultation, leurs perceptions se concentrent essentiellement sur les plaintes et les questions liées aux politiques des autorités locales. Il n'y a pas beaucoup d'avis pour concevoir des politiques de développement à long terme de la province (BSPS, 2009).

#### **5.1.5. Le tourisme face aux réticences de la population locale**

La population locale, par le rôle qu'elle peut jouer et sa capacité d'agir, peut contribuer au développement touristique de son territoire. En effet, le soutien de la communauté envers le tourisme ainsi que le sentiment de fierté des résidents envers leur territoire et leur communauté peuvent affecter positivement la qualité du séjour des touristes (Violier, 1999). Le préambule de la Constitution du Vietnam (1992) souligne trois acteurs : «Le Parti est dirigeant, l'Etat le gestionnaire, le Peuple le maître». Lors de nos enquêtes, il nous semble que ce rôle échappe à la population locale comme l'ont exprimé certains résidents «*je ne sais pas*» «*je ne vois pas*» «*ce ne sont pas mes préoccupations*»<sup>125</sup>. Ils laissent aux autorités et aux entreprises touristiques le soin de gérer cette activité économique. Rares sont les initiatives qui émergent de la part de la population locale.

En effet, quand nous avons demandé aux résidents interrogés de classer par ordre d'importance qui des acteurs publics ou privés doit assurer un rôle pour un tourisme durable à Nha Trang, ils se sont prononcés pour une gestion publique de ce développement. Seulement très peu pensent que les résidents ont un rôle à jouer. Concernant la première importance, près

---

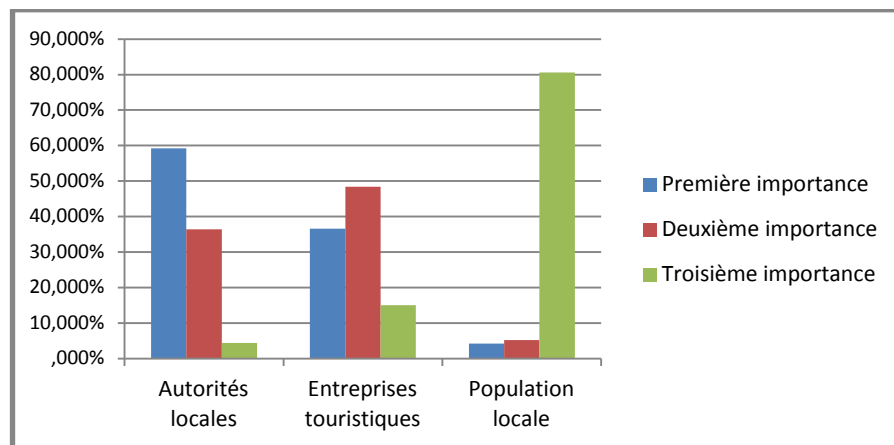
<sup>124</sup> Source : Informations obtenues suite aux entretiens semi-dirigés avec les responsables du Bureau de compétences touristiques et du Centre de promotion d'investissement et de soutien aux entreprises les 25.8. 2009 et 30.9.2009.

<sup>125</sup> Informations retenues suite aux enquêtes auprès des résidents en décembre 2009.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

de 60% des répondants ont choisi les autorités locales, moins de 40% pour les entreprises touristiques et seulement 4% pour la population locale. Quant à la 2e importance, c'est l'entreprise touristique qui est en tête position avec 48% des répondants. Le taux de pourcentage pour la population locale est presque le même que dans la première importance. Enfin, plus de 80% pensent que c'est la population locale qui doit être en 3e importance pour assurer le tourisme durable comme le montre le graphique 32 ci-joint.

Graphique 32. Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable à Nha Trang d'après les résidents ?.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Leurs choix s'expliquent par les raisons suivantes. Ils ont choisi en priorité les autorités locales, car *«Ils ont tous les droits nécessaires»*. *«Ce sont des décideurs qui délivrent les licences du commerce aux entreprises»*. *«Ils sont responsables du développement touristique local»*. *«Plus ils s'intéressent au tourisme local, plus ce dernier se développe»*. En plus, *«Les autorités locales pourraient assurer un tourisme durable en concevant un plan d'aménagement touristique plus ciblé et détaillé pour que le tourisme profite non seulement aux entreprises touristiques mais aussi aux résidents, en mettant en place des politiques de développement touristique plus logiques et à long terme et en pratiquant un mode de gestion plus efficace»*.

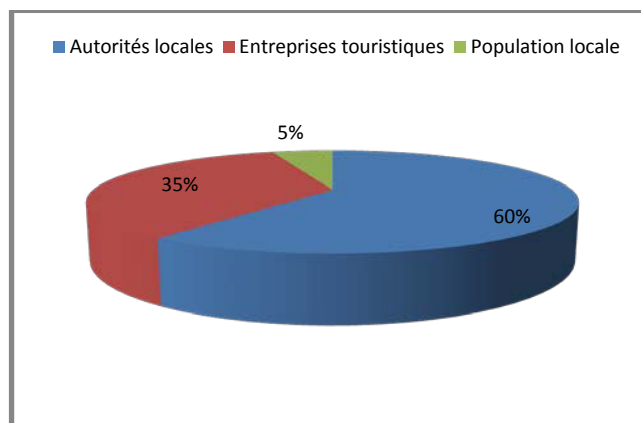
Les entreprises sont classées après les autorités locales, car selon la population locale interrogée, *«Ayant des contacts directs avec les touristes, les entreprises touristiques jouent le rôle de relais entre les touristes et les résidents»*. *«Elles ont de l'argent pour investir dans des projets touristiques et surtout, en donnant satisfaction aux touristes, elles ont le pouvoir de les faire revenir»*. En dernière place, les résidents se sentent passifs, car *«Nous n'avons ni argent, ni pouvoir»*. Par contre, ils pourraient dans certaines limites avoir des initiatives pour

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

favoriser un tourisme durable s'ils sont accueillants et surtout s'ils prennent mieux en compte la protection de l'environnement.

Ce qui nous surprend c'est que pour la même question, nous avons des résultats identiques auprès des PME touristiques (Vo Sang, 2010). La réponse sur le rôle des autorités locales et des résidents pour l'avenir du tourisme est tout aussi contrastée que lorsqu'on interroge les résidents. En effet, parmi 137 entreprises touristiques interrogées, plus de la moitié d'entreprises pensent que les autorités locales doivent être à l'origine des initiatives contrairement à un très faible pourcentage (5%) chez la population locale comme le souligne le graphique 33 ci-joint.

Graphique 33. Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable d'après des PME touristiques ?.

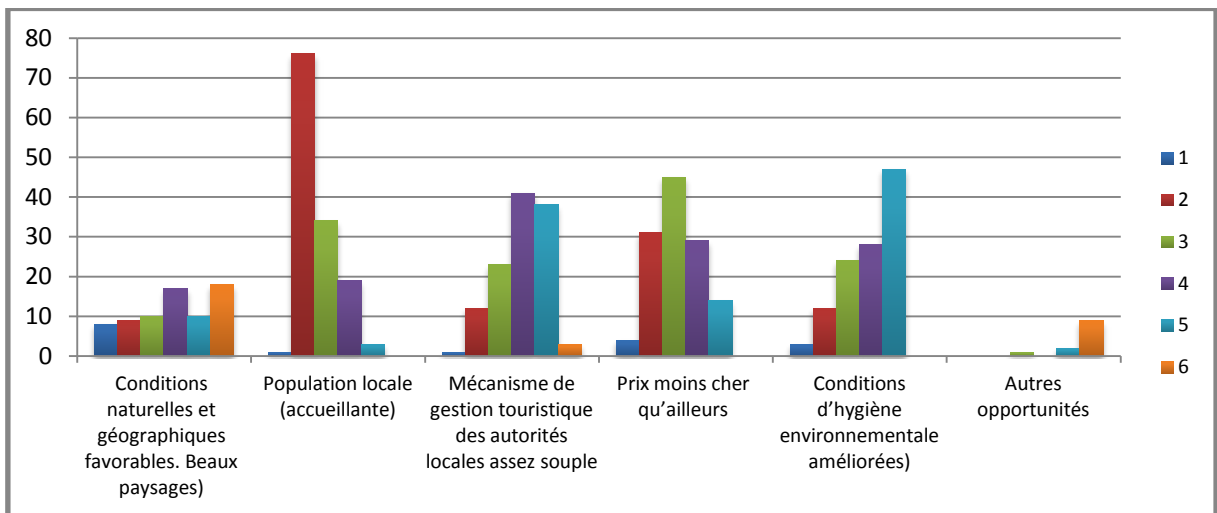


Source : LE Thi My Binh à partir des données de Vo Sang ( 2010)

Ce point de vue des entreprises peut sembler à première vue contradictoire avec les opinions exprimées à travers le graphique 34 ci-dessous, où l'on voit que, pour ces entreprises touristiques, le principal levier permettant de développer encore le tourisme dans la province, est selon eux l'attitude accueillante de la population. Autrement dit, pour ces acteurs du tourisme, les résidents sont à la fois la meilleure vitrine de la destination, et ceux qui ont le moins de poids dans les orientations de la politique touristique. (Vo Sang, 2010).

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 34. Facteurs favorables au développement du tourisme à Khanh Hoa, classés par ordre d'importance de 1 à 6 (plus important :1) au regard des PME touristiques.



Source : LE Thi My Binh à partir des données de Vo Sang ( 2010).

Les entreprises touristiques ne prennent pas en compte le rôle incontournable des populations locales dans le développement touristique comme le soulignait l'ancien directeur de l'Association du tourisme de Khanh Hoa<sup>126</sup> «*Seulement les résidents participant directement au tourisme peuvent en profiter*». Elles essaient d'améliorer des infrastructures, de renforcer leur ressources humaines, de valoriser leurs offres touristiques pour donner satisfaction à leurs hôtes sans penser au reste de la population locale qui, bien que participant au résultat final ne reçoit que très peu de retombées financières de l'entreprise.

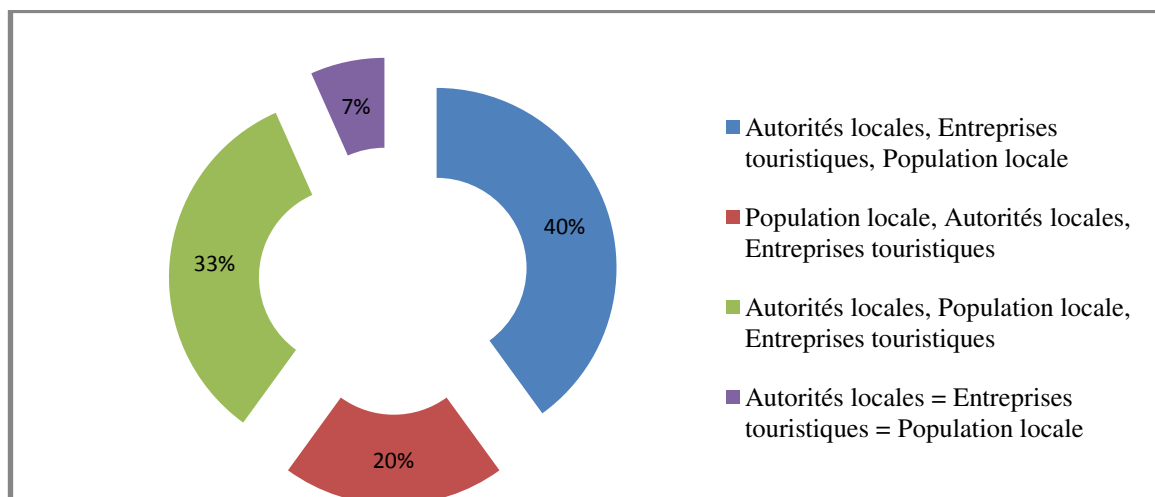
Quand nous avons posé la même question aux autorités locales, la mise en avant des populations locales reste également marginale, le graphique 35 ci-dessous suivant qui donne la première place aux autorités locales représente 73%. 20% des personnes interrogés ont donné la primauté aux populations locales comme moteur d'un développement touristique durable. Tandis que 7% ne font pas de différence entre les trois acteurs.

<sup>126</sup> Source : Entretien avec l'ex- directeur de l'Association du tourisme le 28 octobre 2009.



### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 35. Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable, d'après les autorités locales ?.



Source : LE Thi My Binh ( 2011)

Les résultats de trois graphiques 32, 33 et 35 ci-dessus renforcent encore une fois l'idée que le pouvoir de l'Etat est déterminant. Les entreprises touristiques, même si elles assurent l'essentiel des pratiques touristiques, en restent quelques fois les acteurs muets. Quant à la population locale, même si elle est considérée comme ayant un rôle à jouer dans le succès de la destination, elle ne semble pas en situation de se faire entendre. En fait, tout le monde se renvoie la balle. Les autorités disent qu'elles n'ont pas assez de moyens financiers, les entreprises touristiques prétendent que ce n'est pas de leur responsabilité comme disait un hôtelier : «*Le fait de faire profiter la population locale du tourisme relève de la responsabilité de l'Etat. C'est lui qui doit s'assurer des retombées économiques*»<sup>127</sup>. Les entreprises prétendent d'un côté que les autorités n'assurent pas leur rôle, mais de l'autre côté elles sollicitent les autorités et en obtiennent les autorisations d'activité qui leur permettent de prospérer. Quant aux populations locales, même si elles disent quelque chose, elles ne sont pas toujours écoutées. Même s'ils ont un mot à dire et qu'ils le disent, finalement on décide autre chose comme le soulignait un résident «*Avant de concevoir un plan d'aménagement touristique, les autorités locales devraient écouter l'avis de la population locale, même si elle n'a pas de compétence touristique. Il faudrait nous consulter. Ceci est bien indiqué dans la loi, mais en réalité, on le ne fait pas*»<sup>128</sup>.

Dans nos enquêtes, les populations locales apparaissent comme résignées, faute d'avoir été consultées, entendues, prises en compte. Elles ne se sentent pas concernées par les différentes problématiques liées au tourisme car elles ne voient pas comment elles pourraient

<sup>127</sup> Source : Entretien avec un hôtelier le 24 octobre 2009.

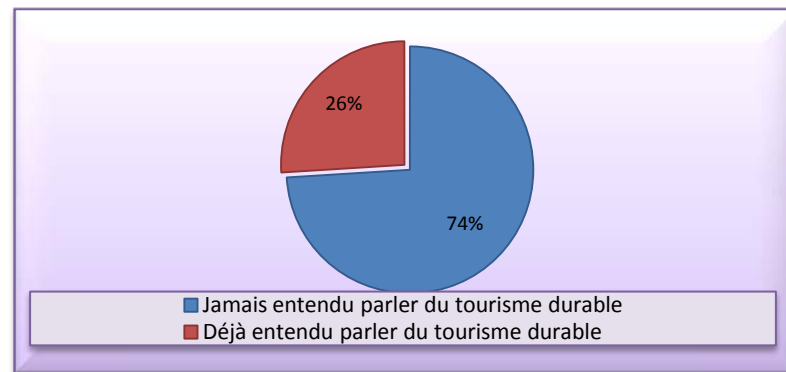
<sup>128</sup> Source : Entretien avec un résident du quartier Loc Tho le 15 septembre 2009.

### **Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

agir. Elles n'envisagent même pas de pouvoir influencer à un moment ou à un autre sur le cours des choses. Un responsable du tourisme à Khanh Hoa a reconnu cette situation : «*Les autorités locales souhaitent améliorer la qualité de vie de la population locale en relation avec le développement touristique, mais elles ne projettent pas de solutions précises. Résultat, la population locale doit se débrouiller toute seule pour gagner sa vie. Elle ne reçoit aucun soutien ni de la part des autorités locales, ni de la part des entreprises touristiques*». <sup>129</sup>

Preuve supplémentaire que la population est la première «victime» de cette carence de gouvernance, les résidents interrogés témoignent de lacunes importantes dans la communication et l'information. Ils sont tenus à l'écart. Pratiquement les trois quarts d'entre eux n'ont jamais entendu parler du tourisme durable, alors que cet objectif faisait partie de dix programmes économiques importants de Khanh Hoa pendant la période de 2006-2010, initiés par le Comité provincial du Parti en 2005 <sup>130</sup>.

Graphique 36. Pourcentage de résidents ayant entendu parler du tourisme durable.



Source: LE Thi My Binh (2010)

«Les ressources touristiques, malgré les apparences, constituent un ensemble abondant mais de valeur fragile, et qui ne prend sens que par rapport à un projet de société où l'on peut l'insérer» (Dewailly, J.M. et Flament, E., 1993, p.116). A notre connaissance, les missions de sensibilisation liées au tourisme auprès de la population locale restent très limitées. Lorsqu'elles sont organisées de façon publique (sous forme d'une rubrique télévisée ou d'une table ronde sur la chaîne de télévision locale) ou avec un public restreint (sous forme de réunions réservées au Comité populaire des quartiers urbains), elles ne sont pas assez fortes pour sensibiliser réellement les résidents qui sont habitués à faire la part des choses entre les

<sup>129</sup> Source : Information obtenues à l'entretien le 25 août 2009. Pour la question confidentielle, nous ne nommons pas le titre de la personne interrogée.

<sup>130</sup> Source : Comité provincial du Parti de Khanh Hoa (2005) "Dix programmes économiques importants de la province de Khanh Hoa". Documents inédits 11p.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

déclarations et leur dure réalité, et ne savent plus faire le tri entre ce qui est important et ce qui ne les concernera jamais. C'est comme «jeter du sel à la mer».

Parmi les Services spécialisés du Comité Populaire de Khanh Hoa, nous notons les efforts de la Réserve de la baie de Nha Trang<sup>131</sup>. Dans le but de préserver les ressources naturelles dans sa zone de mission (Cf. la carte 4), le personnel de la Réserve mène des actions concrètes auprès des îliens du quartier Vinh Nguyen, comme la fabrication de rideaux en coquillages, le maniement de bateau-paniers, la représentation de danses traditionnelles aux touristes, l'envoi des enfants des îliens aux formations touristiques ; quelques séances de formation sur la manière d'accueillir des touristes ont été organisés, etc. Malheureusement, ces actions risquent d'être suspendues suite à l'arrêt de financement des donateurs. Face à un budget limité, la Réserve en question est obligée de réduire certaines actions techniques telles que la sensibilisation de la protection de l'environnement auprès des îliens, la réparation de bateaux de surveillance, la mise en place de points d'amarrage des bateaux de transport des touristes, etc.<sup>132</sup>

Le résultat est un constat d'amateurisme général, aggravé par un manque de coordination entre mission publique et initiatives privées. Il serait important de revenir à une prise de conscience des défis que nous imposent les nouvelles données du tourisme mondial et la profusion de destinations tropicales comparables à Nha Trang. La solution doit intervenir rapidement, avant qu'une fréquentation en baisse ne vienne confirmer notre signal d'alerte. Cette solution passe essentiellement par une répartition concertée des missions entre pouvoirs publics et secteur privé : après consultations et entente, il faut parvenir à une synergie d'ensemble qui alloue des moyens et qui répartit les tâches.

Nous passerons par la suite à l'analyse de l'efficacité et la cohérence de certaines stratégies d'orientation touristique approuvées par les autorités locales, à savoir leur faisabilité ou leur niveau de mise en pratique.

---

<sup>131</sup> Cette Réserve a été fondée en 2001 avec les soutiens financiers du Fond d'environnement global (GEF) via la banque nationale, de l'Organisme du développement international Danmarque (DANIDA) et de l'Organisme de préservation naturelle internationale (IUCN). Elle s'occupe seulement 10 sur 19 îles de la baie de Nha Trang. Hòn Tre, Hòn Một, Hòn Miễu, Hòn Tằm, Hòn Mun, Hòn Nọc, Hòn Rơm, Hòn Vung, Hòn Cau et Hòn Rùa.

<sup>132</sup> Source : Information obtenue le 5 juin 2011.

## **5.2. D'une bonne volonté des autorités locales au décalage de mise en application de leurs politiques**

On entend par politique touristique «un ensemble de réglementations, règles, directives, objectifs de développement et de promotion et stratégies permettant de définir le cadre dans lequel sont prises les décisions collectives et individuelles qui affectent directement le développement touristique et les activités quotidiennes pour une destination donnée» (Goeldner, Ritchie et McIntosh, 2000, cité dans Vo, 2008, p.99).

Avant d'évaluer ces politiques, il importe de rappeler brièvement les orientations touristiques globales du Vietnam et en particulier de la province de Khanh Hoa. Comme nous avons expliqué dans 6.1, il y a toujours un regard politique sur les pistes d'action du gouvernement à tous les échelons, et le secteur touristique n'est pas un cas exceptionnel. Jouant un rôle fondamental et important, les documents du congrès national du PCV déterminent les orientations de développement touristique au niveau national et local. Nous constatons, au fur à mesure, les changements importants de la place du secteur touristique dans l'économie du Vietnam à travers les congrès du PCV de 1979 à 2006<sup>133</sup>: du privilège unique de l'Etat à la montée en puissance du secteur privé et de l'ouverture des frontières ; d'un secteur économique moins important au plus important (de point)<sup>134</sup>. Les pratiques touristiques sont plus variées en s'orientant vers la tendance mondiale (écotourisme, tourisme sportif), et en particulier, la notion de «qualité» est mieux prise en compte (Cf. annexe 9).

Suivant les indications du PCV, le programme de développement touristique de Khanh Hoa 2006-2010 s'est fixé plusieurs objectifs<sup>135</sup>. Le premier concerne l'économie : «faire du tourisme une «activité économique de pointe» qui contribue au développement économique durable de la province et créer plus d'emplois. Le deuxième est d'ordre sécuritaire : le développement du tourisme ne doit pas nuire à la sécurité nationale et à l'ordre social. Le troisième objectif est environnemental : «Préserver des patrimoines naturels environnementaux». Le quatrième, qualifié de socioculturel, vise à valoriser le patrimoine culturel et à améliorer la qualité de vie des résidents et leur niveau de scolarité. Enfin, le

---

<sup>133</sup> Source : [http://www.itdr.org.vn/details\\_news-x-105.vdl](http://www.itdr.org.vn/details_news-x-105.vdl) consulté le 21.7.2011.

<sup>134</sup> Utilisé dans tous les discours politiques, ce terme signifie que le tourisme doit contribuer plus fortement au PIB du Viêt Nam. Il est à la fois porteur et catalyseur pour faire de l'économie une économie durable. Les pratiques touristiques permettent de préserver le patrimoine culturel et de le valoriser. Le développement touristique permet de créer des emplois, de réduire la pauvreté, de jeter les bases du développement économique des zones en difficulté.

<sup>135</sup> Source : Parti communiste provincial (2006) « Développement touristique de Khanh Hoa étape 2006-2010 » dans dix programmes économiques essentiels de Khanh Hoa. 11p. Document inédit.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

dernier objectif insiste sur la nécessité de diversifier les pratiques touristiques, d'améliorer leur qualité, conformément aux normes internationales ainsi d'attirer davantage des touristes internationaux ayant de plus d'argent.

Pour réaliser ces cinq objectifs, la stratégie de développement touristique repose sur six axes d'action essentiels de façon générale sans préciser spécialement l'aspect socioculturel. Le premier vise la conception du plan de planification touristique. Il s'agit de «finaliser le plan de planification touristique général de la province de Khanh Hoa jusqu'en 2010 et en perspective jusqu'en 2020, d'initier les plan de planification touristique des autres districts comme Cam Ranh, Dien Khanh, Khanh Vinh, Khanh Son». Le deuxième est relatif aux infrastructures touristiques proposées : «construire des quais d'embarquement touristique à la rivière Cai (Nha Trang) et à la baie de Nha Trang, des toilettes publiques à la plage de Nha Trang et d'autres sites touristiques, des points de sauvetage à la plage de Nha Trang, des centres commerciaux (Nha Trang) et élargir, en outre, la route liée au parc YangBay-Hocho (Khanh Vinh) et équiper le système de traitement de l'eau usagée (Cam Ranh)».

Le troisième concerne la promotion touristique dont bénéficie la province. Cet objectif cherche à mieux faire connaître le tourisme à Khanh Hoa : «organiser des conférences internationales, des festivals de la mer, établir des partenariats nationaux pour mener des actions de promotion touristique dans le pays». Le quatrième est de l'ordre culturel : «préservé sérieusement le patrimoine culturel, les paysages et les mettre en valeur ; concevoir des actions précises pour restaurer des villages de métiers traditionnels comme poterie, chapeaux, nattes, etc. ainsi que valoriser des fêtes traditionnelles et créer des pratiques touristiques originales, riche en identité culturelle».

Cinquième, le développement touristique doit s'accompagner de la préservation de l'«environnement touristique» : «protéger la baie de Nha Trang, interdire la vente ambulante tout le long de la plage de Nha Trang, mettre en place des actions pour mieux assurer l'ordre dans la société et les conditions d'hygiène alimentaire, diminuer le vol, la mendicité sur les sites touristiques, à la gare, aux marchés et aux stations de bus». Le dernier axe concerne la main-d'œuvre : «embaucher environ 5400 employés directs de plus entre 2006 et 2010, mettre en place l'école professionnelle du tourisme Nha Trang<sup>136</sup>, planifier des formations de

---

<sup>136</sup> Cette école est spécialement spécialisée au tourisme. Contrairement aux autres établissements de formation touristique existants à Khanh Hoa, elle est directement placée sous la direction du Ministre de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

personnel du tourisme, mettre en place des programmes de sensibilisation réservés aux résidents».

Il ne s'agit pas de nier les missions accomplies par les autorités locales dans le secteur touristique comme l'investissement budgétaire pour faire construire des infrastructures, l'organisations de programmes «éducation touristique» dans les écoles secondaires et supérieures, de «semaines de l'environnement touristique» et de conférences «tourisme durable lié à la protection des ressources touristiques et l'environnement», etc. (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009). Mais par contre, atteindre les objectifs visés nécessite de mener des axes d'action de façon logique dans la globalité sans causer des conflits d'usage entre les activités économiques. Nous choisissons d'en évaluer trois : aménagement touristique, préservation du patrimoine culturel, formation des ressources humaines qui ont des liens entre eux et qui font l'objet de notre travail.

#### **5.2.1. Une absence de plan d'aménagement touristique de la ville de Nha Trang et sa baie**

Le tourisme est une activité qui peut contribuer à atteindre un haut niveau de développement économique et social. Afin d'arriver à cet objectif, le développement touristique doit être correctement planifié et géré, sans quoi les effets bénéfiques peuvent se transformer en conséquences préjudiciables pour l'homme et pour son milieu naturel. Le développement anarchique et spéculatif du tourisme est préjudiciable à la protection et à la bonne utilisation des ressources du patrimoine naturel et culturel (Vellas, 2007).

Khanh Hoa est une des provinces du Vietnam qui a établi dès 1995 son plan d'aménagement touristique au niveau provincial. Depuis, ce plan a été modifié et complété pour s'adapter à l'actualité de la province, du Vietnam et du monde. Actuellement, le tourisme de Khánh Hoà a déployé le plan d'aménagement touristique jusqu'en 2010 et son orientation à l'horizon 2020<sup>137</sup>. Ce dernier a une grande valeur juridique, car il a été approuvé en 2007 par le Premier ministre, le Ministre de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam ainsi que le Conseil populaire de la province de Khanh Hoa. Suivant les indications de ce plan, la ville de Nha Trang et ses environs constituent un des trois centres touristiques importants de la province de Khanh Hoa.

---

<sup>137</sup> Ce projet d'aménagement touristique a été réalisé par l'Institut de recherche et de développement touristique suite à la demande du Service du tourisme et du commerce de Khanh Hoa.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Pour Nha Trang, comme nous l'avons expliqué dans la partie historique, le tourisme se développe depuis presque cent ans, et plus de 80 % de touristes venant à Nha Trang ont pour but de visiter les îles de sa baie<sup>138</sup>. Pourtant, nous remarquons que, sauf les brèves orientations du développement touristique indiquées dans le plan d'aménagement touristique de Khanh Hoa à l'horizon 2020 mentionné en haut insistant sur la description de ses ressources touristiques, la citation de ses circuits touristiques, de ses zones touristiques, l'orientation des types de tourisme à exploiter, etc., ***il n'existe pas encore, à proprement parler, de plan d'aménagement touristique de la ville de Nha Trang ni de celui de la baie de Nha Trang.*** Ce qui nous surprend également c'est que cette problématique n'était pas également mentionnée dans les axes d'action approuvés par le Parti communiste provincial étape 2006-2010. Ce dernier projette plutôt de concevoir des plans d'aménagement touristiques dans d'autres districts de Khanh Hoa au lieu de construire la même chose pour Nha Trang, une destination touristique très connue de Khanh Hoa. Récemment, le Comité Populaire en question a demandé au Service de construction de Khanh Hoa d'établir le plan d'aménagement de construction de la baie de Nha Trang. Cela sera le premier plan d'aménagement concernant cette baie. Pourtant, jusqu'à présent, il n'est pas consultable, car il n'a pas été approuvé par les autorités locales comme le Ministre de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam.

A la place du plan d'aménagement touristique de la ville de Nha Trang et de sa baie, pour tracer les pistes d'action du secteur touristique, le Comité populaire de la ville de Nha Trang a conçu le programme<sup>139</sup> de développement «tourisme et commerce» dans lequel les objectifs généraux et particuliers, ainsi que les solutions à adopter sont mentionnés. Ce dernier avait une valeur juridique de cinq ans. Suite à l'accord du Conseil Populaire de Nha Trang, chaque année, le Comité populaire de Nha Trang déploie des activités citées dans ce programme approuvé. Par contre, ces programmes sont à notre avis très généraux en ce qui concerne l'organisation des activités touristiques dans un espace précis, la diversité des produits touristiques dans l'ensemble, la répartition des pratiques des populations locales dans leur espace, la construction des infrastructures (parking, système de traitements de déchets, électricité, etc.), etc.

---

<sup>138</sup> Source : Entretien avec le Responsable de la baie de Nha Trang en septembre 2010.

<sup>139</sup> Dans le cadre de notre travail, les mots «programme» et «plan» sont compris de façon différente. «Plan» est compris dans un sens plus large qui concerne à tout projet élaboré, comportant une suite ordonnée d'opération destinée à atteindre le but. En fonction de ce plan, le Programme est une suite d'action plus concrète que l'on se propose d'accomplir pour arriver à un résultat.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Le plan d'aménagement touristique joue un rôle extrêmement important. S'il est bien conçu, il permet d'augmenter les bénéfices du tourisme et de réduire des impacts négatifs pour les résidents et les entreprises touristiques. Au contraire, un plan d'aménagement touristique mal conçu conduit à un développement touristique incohérent. Les intérêts à court terme peuvent causer des dégâts importants dans l'avenir. Dans ce cas, les frais engagés pour les réparer seraient supérieurs aux bénéfices tirés du tourisme. En réalité, la conception du plan d'aménagement touristique est particulièrement prise en compte dans tous les pays, que ce soit dans les pays à longue expérience touristique, dans les pays à vocation touristique récente, ou dans les pays où le tourisme est considéré comme un des secteurs économiques importants (Nguyen, 2004).

Concernant Nha Trang, bien que le plan d'aménagement touristique de sa baie n'ait pas d'existence pour l'instant, le site en question est déjà très activement exploité dans un but touristique. Seules les côtes Est, Sud Est, Nord Est (Hon Tre), Dam Bay (Hon Tre) et l'île Mun, île Noc (affichées en couleur mauve) qui sont inexploitées à ce jour (voir la carte 8 suivante).

Carte 8. La baie de Nha Trang : limite entre la zone exploitée et la zone inexploitée à fin touristique.



Source : Institut de l'architecture et de la planification urbaine et rurale (Ministère de la construction) 2008



### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

L'absence de plan d'aménagement touristique rend le développement touristique de la ville de Nha Trang et surtout de sa baie plus difficile et anarchique comme le souligne nos résidents interrogés : *«L'urbanisation n'est pas parfaite. On trouve des immeubles à plusieurs étages se mêlant avec les immeubles à quelques étages. Cela ne ressemble à aucun modèle»* ; *«Le tourisme à Nha Trang se développe de façon superficielle. Il se contente de cueillir des fruits sans se soucier de concevoir un plan de planification touristique adapté»* ; *«Les hôtels sont présents partout et se mélangent aux résidences privées. Les vendeurs ambulants n'ont pas d'espace réservé. Interdits parfois par les autorités locales, ils vont s'installer ailleurs pour vendre leurs produits»* ; *«Le tourisme est tout à fait inorganisé. Chacun agit à sa manière sans qu'il y ait de plan d'aménagement. Que de personnes incompetentes pratiquent les métiers du tourisme !»* ; *«Le développement touristique de Nha Trang souffre de l'absence d'une stratégie globale. Il est très spontané. Les particuliers ayant des moyens financiers investissent le volet touristique. Ils font construire leur hôtel selon leur propre modèle sans respecter une architecture globale, ce qui conduit à une perte de l'harmonie architecturale et entraîne un fort impact environnemental et paysager. Le résultat nuit au développement durable»*<sup>140</sup>.

Ceci s'aggrave par les manques de pertinence, de stabilité et de cohérence des politiques de développement économique. Ceci nuit non seulement à la durabilité du tourisme mais aussi à d'autres activités économiques (pêches, transports...) que nous allons détailler ensuite.

#### ***Des différents plans d'aménagement sectoriel changeants en fonction de l'intérêt propre des investisseurs économiques***

Pour mieux comprendre ce problème, il importe de préciser le processus qui permet d'établir les plans d'aménagement des secteurs économiques. Chaque Service technique conçoit son propre plan d'aménagement. Par exemple, le Service des ressources et de l'environnement de la province de Khanh Hoa se charge de construire son plan d'aménagement du terrain ; le Service de l'agriculture et du développement rural, son plan d'aménagement de la pêche ; le Service de la culture, des sports et du tourisme, son plan d'aménagement du tourisme, etc. Tous ces Services font leurs propres plans d'aménagement en se basant sur des indices économiques et sociaux généraux de la province et sur leurs propres règles professionnelles, qui sont différentes de l'une de l'autre. Approuvés par le

---

<sup>140</sup> Source : Informations obtenues lors des entretiens semi-dirigés des résidents en décembre 2009 et janvier 2010.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Comité Populaire de Khanh Hoa, ces plans d'aménagement sectoriels peuvent être modifiés au bout de cinq ans. À notre avis, ce délai est trop court pour évaluer la faisabilité d'un plan d'aménagement comme le souligne le vice directeur du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa «*Le plan d'aménagement touristique de Khanh Hoa est conçu de façon professionnelle par les experts. Cependant, pour parler de sa faisabilité, on a besoin du temps* »<sup>141</sup>.

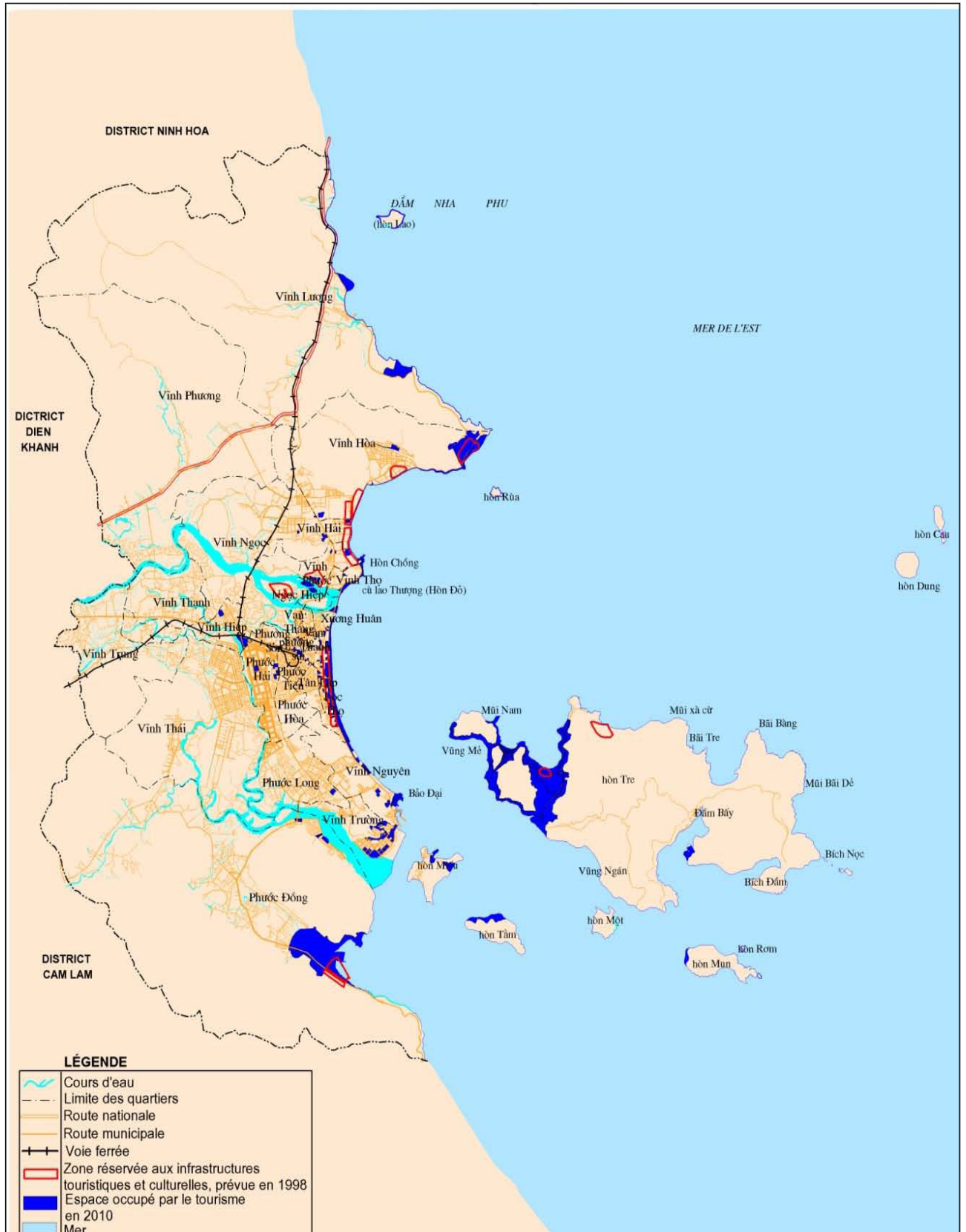
Dans la perspective de développement de la ville de Nha Trang, en 1998, le Comité populaire de Khanh Hoa a approuvé le plan d'aménagement général de la ville de Nha Trang jusqu'en 2020, où les zones réservées aux projets touristiques et culturels étaient clairement indiquées. En observant la carte 9 ci-jointe, il est facile de noter que tout le long des plages, la côte de Nha Trang était réservée aux projets touristiques. Parmi les îles de la baie de Nha Trang, seulement une partie de l'île Hon Tre était destinée au tourisme et le reste à l'agriculture. Les autres îles n'y étaient pas précisées comme le montrent les cercles rouges dans la carte 9 ci-jointe.

---

<sup>141</sup> Source : Information obtenue de l'entretien le 28 octobre 2009.

**Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

Carte 9. Différences de répartitions du foncier touristique de Nha Trang en 1998 et en 2010.



Source : - Carte de modification du plan d'aménagement du territoire de la ville de Nha Trang jusqu'en 2020, réalisée en 1998 (Comité Populaire de la ville de Nha Trang)  
 - Carte de répartition touristique de la ville de Nha Trang en 2010 (Comité Populaire de la ville de Nha Trang)

ECHELLE : 1/100.000

Conception de LE Thi My Binh en 2011  
 Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

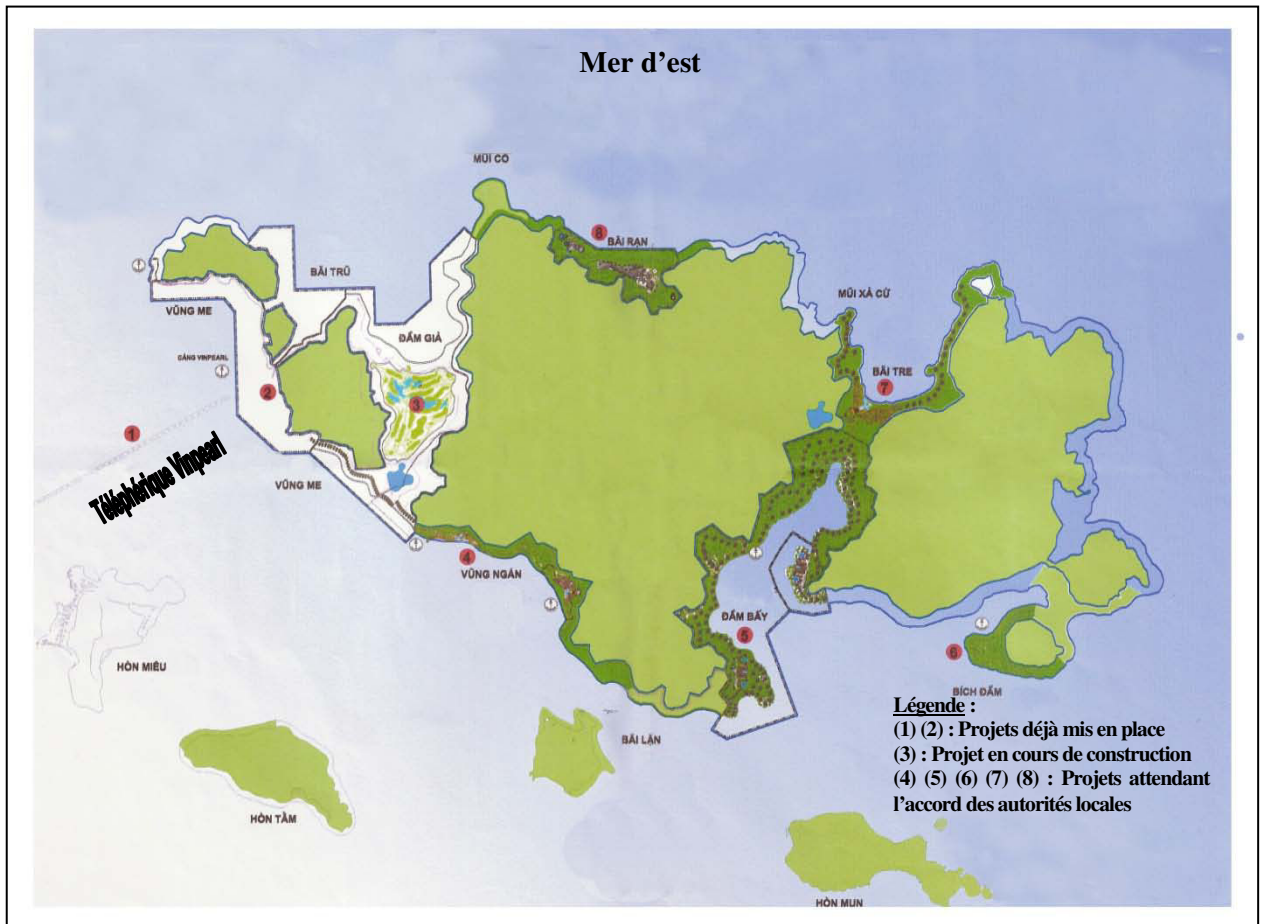
### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Cependant, contrairement aux zones destinées aux projets touristiques prévues en 1998, certaines îles de la baie de Nha Trang sont depuis longtemps utilisées à des fins touristiques, comme l'aquarium Tri Nguyen (Hon Mieu) en 1976 et le centre de loisirs de Hon Tam (Hon Tam) en 1994. Ces sites touristiques n'étaient pas indiqués dans le plan d'aménagement général de la ville de Nha Trang jusqu'en 2020, établi en 1998. Ainsi, au début, il existait déjà une inadéquation entre le plan d'aménagement et la réalité. En comparant les zones réservées aux projets touristiques et culturels prévues en 1998 et les espaces occupés par le tourisme en 2010 (Cf. la carte 9 ci-dessus), nous remarquons un grand nombre de différences entre «ce qui était dit» et «ce qui a été fait». Plus précisément, plusieurs nouveaux sites touristiques sont construits sur Hon Tre dans les espaces non prévus à cette fin. À part cette île, nous constatons l'existence d'autres sites touristiques dans les autres îles qui n'étaient pas non plus réservées initialement au tourisme comme Bai Mini, Bai Tranh (Hon Mieu), Hon Mun, l'agrandissement du site touristique à Hon Tam, etc. Ces exemples montrent qu'un document juridique, approuvé par le Comité Populaire de Khanh Hoa, comme le plan d'aménagement général de la ville de Nha Trang jusqu'en 2020, manque aussi de stabilité comme nous disait un responsable locale : *«Un terrain réservé au début à la pêche pourrait être utilisé à des fins touristiques ou vice versa. Le fait de changer le but d'utilisation de terrain vient plutôt de l'initiative des investisseurs ou de l'état des lieux du terrain au moment de l'investissement*<sup>142</sup>. Pour l'illustrer davantage, nous prenons un autre exemple (Cf. la carte 10 ci-jointe). Selon les directives, indiquées dans cette carte, les zones réservées au tourisme sont situées aux numéros 3 et 8. En réalité, les investisseurs ont tendance à étendre leurs projets touristiques dans toute l'île avec les projets déjà mis en place (1 et 2), un projet en cours de construction (3) et les projets en attente les accords des autorités locales (4,5,6,7,8).

---

<sup>142</sup> Source : Informations obtenues à l'entretien le 15 octobre 2010.

Carte 10. Vinpearl et ses projets touristiques à Hon Tre (baie de Nha Trang)



Source : Service de la planification et de l'investissement de Khanh Hoa (2008)

La généralisation du comptoir touristique Vinpearl Land dans les zones non destinées au tourisme comme indiqué sur la carte 10 ci-dessus a modifié le plan d'aménagement général établi à l'avance. D'une part, cela montre la difficulté d'application des documents officiels approuvés par les autorités locales. D'autre part, ceci a fait perdre l'équilibre du paysage général et a causé des ennuis concernant les formalités à remplir le budget supplémentaire à dépenser et le réaménagement de la population locale. En effet, afin de monter un projet touristique, les investisseurs et les autorités locales sont obligés d'étudier le terrain à nouveau, de demander l'accord des Ministres concernés comme le Ministre de la défense, le Ministre de la culture, des sports et du tourisme si ces «investissements supplémentaires» dépassent le pouvoir de décision du Comité Populaire. Cela nécessite des frais supplémentaires et de longs délais. Du côté de la population locale, leur vie est complètement bouleversée comme l'exode des îliens que nous avons mentionnée dans la partie 2.

**Conflits d'intérêts économiques dûs au manque de cohérence entre les plans d'aménagement des secteurs économiques.**

Le tourisme est une branche économique transversale qui a des liens avec d'autres domaines économiques comme pêche, transports, communications, environnement, etc. Le partage des intérêts entre différentes activités économiques dans un espace commun comme la baie de Nha Trang pourrait dégénérer en conflit si un plan d'aménagement adéquat n'est pas mis en place pour coordonner logiquement au sein des activités. Pourtant, jusqu'à présent, chacun pour soi. Il n'y a pas de politique de développement commune entre les différentes activités économiques agissant ensemble dans la baie de Nha Trang pour assurer la durabilité de son tourisme (Tam Thanh, 2007). Par exemple, dans la partie concernant la baie de Nha Trang, le plan d'aménagement de la pêche à l'horizon 2020 (Service de l'agriculture, 2010) a abordé de façon imprécise la coopération avec d'autres activités économiques sous prétexte de diminuer au maximum les conflits d'utilisation de surface de mer et des intérêts économiques avec des autres domaines économiques (tourisme, transports fluviaux, agriculture et développement urbain, etc.). Tandis que celui des transports à l'horizon 2020 (Service de transports, 2010) l'a abordé superficiellement en indiquant les nouveaux parkings qui sont assez loin du centre ville sans préciser les moyens de transfert des touristes.

Le manque de cohérence entre les plans d'aménagement sectoriels cause des conflits d'usage entre les activités économiques. Par exemple, parmi les activités économiques, la pêche et le tourisme sont les deux les plus pratiquées dans la baie de Nha Trang. Nous remarquons que ces deux secteurs se pratiquent quelquefois au même endroit : ainsi, à Hon Mieu, à Song Lo, à Hon Mot, à Dam Bay (Hon Tre), à Hon Tam, etc. Les photos 26 ci-dessous permettent d'identifier le restaurant flottant, la mini plage et l'écoresort Hon Tam près des cages de langoustiers. La pollution des plages et les odeurs dues aux aliments des fruits de mer venant des cages d'élevage des crevettes sont peut-être désagréables pour les touristes. En revanche, les ordures jetées par les bateaux touristiques et par les touristes eux-mêmes dans la baie de Nha Trang nuisent à l'élevage aquacole.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Photographie 26. Exemples de conflits d'usage entre le tourisme (restaurant flottant, mini plage, écoresort) et la pêche (cases d'élevage de fruits de mer) dans la baie à Nha Trang.



Légende :  
- Rouge (tourisme) ————  
- Jaune (pêche) ————

Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

Un autre exemple provient du tourisme et du transport. Il existe en ce moment deux grands ports dans la baie de Nha Trang : le port de paquebots et l'embarcadere touristique C  u Đ   (Cf. 2.3.3). Le premier n'a plus de possibilité de s'agrandir pour recevoir les bateaux de grand tonnage en raison du système de téléphériques du complexe touristique Vinpearl land<sup>143</sup>. En fait, selon les estimations de l'agence maritime Nha Trang, les paquebots transportant plus de 2000 personnes (tirant d'air variant de 50    53 m) auront des difficultés à passer au-dessous de ces téléphériques pour accoster au port Nha Trang. Ainsi, les grands paquebots internationaux arrivant en baie de Nha Trang seront obligés de s'ancrer au large et le transport des touristes sera effectué par de petits canots. Résultat : les voyageurs âgés auront des difficultés pour se déplacer, la durée du séjour sera limitée en raison des démarches

<sup>143</sup> Inauguré en 2007, ce réseau de cabines téléphériques a été mis en place entre Hon Tre où est implanté le «Vinpearl Land » et le continent afin de permettre à ses clientèles de se rendre plus facilement sur l'  le.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

administratives à faire, les dépenses des touristes seront réduites faute de temps (Nguyen, 2007) comme le montre les photos 27 ci-jointes.

Photographie 27. Un exemple de conflit d'usage entre le tourisme et le transport.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

À part ces deux grands ports, la baie de Nha Trang en possède également des petits tels que Minh Nhat (Vinh Tho), Anna Mandara, Bao Dai, Vinpearl, Institut Océanographique, Hon Tam, Song Lo, etc. La présence de ces petits ports imprévus, considérés comme les tentacules de la pieuvre, affecte la beauté de la baie comme le souligne d'un résident interrogé : «*C'est une planification hétéroclite. Nha Trang est comme une belle jeune fille mais son visage est marqué par quelques véroles*»<sup>144</sup> et crée aussi des difficultés pour la gestion des bateaux visitant la baie de Nha Trang comme le souligne la direction de l'embarcadere touristique de Cau Da<sup>145</sup>.

<sup>144</sup>Source : Information obtenues le 15.1.2010.

<sup>145</sup>Pour les bateaux touristiques installés à l'embarcadere touristique de Cau Da, chaque fois qu'ils quittent la côte, leur propriétaire doivent absolument présenter à la direction de l'embarcadere les attestations justifiant les conditions nécessaires d'assurer la sécurité des touristes (gilets de sauvetage, machine testé, conducteur formé, etc.).



### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

Photographie 28. Le petit port de Bao Dai, un exemple d'initiative privée affectant la beauté de la baie de Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

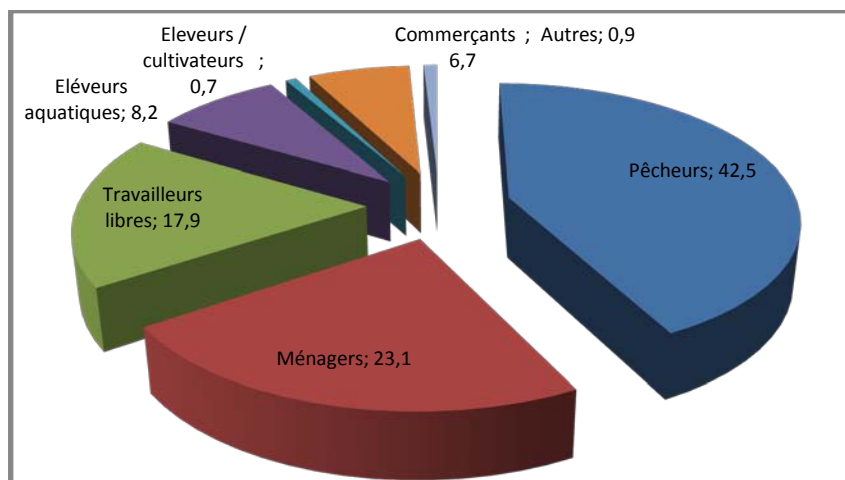
Sans se baser sur un quelconque plan d'aménagement touristique de la baie de Nha Trang, ni fixer la coordination des activités économiques exploitant cette baie, les autorités locales continuent de nos jours à promulguer une politique qui ne permet pas de réduire la pauvreté comme ils le souhaitaient. Une décision récente nous semble causer davantage des «conflits» entre les différentes activités économiques. Selon les «orientations» de planification mentionnées dans cette décision, la baie de Nha Trang est seulement réservée au tourisme balnéaire et aux jeux sportifs nautiques. Il est interdit aux entreprises et aux particuliers de jeter dans la mer des déchets venant des cages, des bassins d'élevage des fruits de mer ainsi que des transports maritimes. La pêche et l'élevage des fruits de mer sont interdits dans la baie de Nha Trang<sup>146</sup>. En plus, cette décision est contradictoire du plan d'aménagement de pêche jusqu'en 2015<sup>147</sup>, approuvé par le même Comité Populaire de Khanh Hoa qui ont permis d'élever des fruits de mer à Hon Mieu, Hon Mot, Vung Ngan (Hon Tre). En réalité, l'aquaculture en cage a dépassé plus de deux fois ce qui avait été prévu dans le plan d'aménagement de pêche jusqu'en 2015 (Réserve de la baie de Nha Trang 2011). Mais cela prend du temps pour passer de l'«orientation» à la «mise en application», et surtout ces «orientations» pourraient être modifiées comme dans les exemples que nous venons d'illustrer. De plus, cette décision n'est pas encore appropriée vue la situation économique actuelle des îliens dont plus de la moitié vivent de la pêche et de l'élevage des fruits de mer (Réserve de la baie de Nha Trang, 2010) (voir le graphique 37 ci-joint).

<sup>146</sup>Directive 11/CT-UBND du 25/3/2011 relative à l'interdiction des rejets de déchets, de la pêche et de l'élevage des produits aquacoles dans la Baie de Nha Trang.

<sup>147</sup>Décision 1260/QĐ-UBND du 18/7/2007 sur l'approbation du projet Aménagement de l'élevage des produits aquatiques dans les eaux des Baies de Nha Trang et de Cam Ranh jusqu'en 2015.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 37. Profession des chefs de famille <sup>148</sup> dans la Réserve de la baie de Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (2011) à partir de données de la Réserve de la baie de Nha Trang (2010).

Au cause d'un manque de moyens budgétaires et de matériel, ils ne peuvent pas pêcher dans un endroit éloigné de la baie de Nha Trang (Comité populaire du quartier Vinh Nguyen, 2010). En plus, ils n'ont ni le niveau de scolarité adapté aux critères d'embauche des entreprises touristiques, ni le fonds suffisant pour monter leurs propres entreprises. En particulier, les autorités locales ne proposent aucune politique qui leur permet de changer de métier. Nous pensons que chacun a une vocation professionnelle en fonction de son envie, de ses compétences et de sa condition de vie. On ne peut pas les obliger à gagner leur vie seulement par l'intermédiaire du tourisme. Comme une boussole, un plan d'aménagement touristique est incontournable pour assurer le tourisme durable à Nha Trang. Nous allons évaluer un autre axe en lien avec le tourisme durable et le plan d'aménagement touristique. Il s'agit de la préservation du patrimoine culturel.

#### 5.2.2. Patrimoine culturel menacé au profil du développement touristique

L'origine du tourisme est culturelle. En effet, au cours du XVIIIe siècle, à la fin de leurs études, les jeunes étudiants des collèges anglais faisaient un «tour» qui complétait leur apprentissage et avait pour objectif de leur faire connaître d'autres pays, d'autres civilisations, d'autres cultures, en un mot : *increase knowledge*. Le secteur culturel et le tourisme vont de pair. Le rayonnement du premier contribue à créer l'attractivité, la compétitive et la différence d'une destination. Le second est à la fois une chance de conservation du patrimoine à travers la fonction économique qu'il peut lui offrir mais aussi un défi (comportant des risques et des opportunités)

<sup>148</sup> Au Vietnam, est défini chef de foyer la personne qui réalise les décisions importantes de la famille, celle qui a la dernière voix décisive sur presque toutes les questions, surtout les questions économiques. Ainsi, les mesures d'intervention du projet doivent se concentrer sur ce public.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

pour le patrimoine culturel et les identités culturelles sur lesquels il a fondé son extraordinaire expansion (Koussoula Bonneton, 2009).

Les relations tourisme-culture sont de plus en plus étroites dans la perspective d'un tourisme durable. Les processus à l'œuvre dans l'évolution vers des pratiques touristiques, tant dans leurs logiques de créations que de transformations (MIT, 2011), impliquent souvent des interactions culturelles. Il s'agit du processus :

- De la diversification et de la démultiplication qui assure la pérennité des pratiques dans leur ensemble (effort physique, découverte de la nature et de la culture, repos, etc.).
- De la filiation montrant la transmission et les liens entre les pratiques d'aujourd'hui et celles d'hier, où se joue en permanence la partition du même et du différent.
- Du processus dialectique d'affranchissement/encadrement, présent dans toutes les pratiques touristiques. On observe un mouvement de balancier entre la naissance de nouvelles pratiques sportives, de santé, de découverte ou de sociabilité, leur normalisation et leur codification à travers une diffusion au plus grand nombre, et l'émergence parallèle de nouvelles pratiques dérivant des premières mais s'éloignant des formes imposées.
- De l'individuation consistant en l'autonomisation d'une pratique, au départ constitutive d'un ensemble. Par exemple, le shopping pratique annexe d'achat de souvenir, est devenue une pratique centrale pour certains touristes et dans certains lieux.
- De l'acquisition de compétences nécessaires à la mise en œuvre des pratiques. L'existence de plusieurs générations de touristes et leurs compétences acquises en matière de déplacement et de gestion de l'altérité expliquent le choix des lieux touristiques comme des pratiques touristiques.
- Et enfin, de l'identification du touriste avec l'Autre. Ce processus se joue lors de la mise en œuvre des pratiques. Les pratiques touristiques seraient donc un moyen de forger notre propre identité.

Ces différents processus affirment que le patrimoine est un enjeu majeur dans le développement touristique. Le patrimoine et le développement durable vont de pair puisque

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

les principes et les valeurs qui sous-tendent l'un sous-tendent l'autre. Il s'agit de notion de rareté, de fragilité, d'intégrité d'une part, principes de responsabilisation, de subsidiarité, de précaution, de prévention, de participation et d'engagement et d'accès au savoir d'autre part. (Grandmont, 2010), et sa préservation devient primordiale dans tous les pays dont le Vietnam.

Avant d'aborder la préservation du patrimoine culturel local, il est important de préciser ce que nous entendons par « patrimoine » et « patrimoine culturel ». Si l'expression « héritage culturel » peut signifier l'ensemble de ce qui est transmis consciemment et inconsciemment par les hommes depuis leur apparition sur terre, la notion de patrimoine, telle qu'elle est couramment utilisée aujourd'hui, s'élabore pendant le Siècle des lumières et acquiert sa force juridique pendant le XIXe siècle (Mohen, J.-P., 1990). Pour H.Ollagnon cité par Davigo, J., 1999, (p. 20) « un patrimoine est un ensemble d'éléments matériels et/ou immatériels qui concourent à maintenir et à développer l'identité et l'autonomie de son titulaire dans le temps et dans l'espace, par adaptation en milieu évolutif ».

Au Vietnam, la notion « patrimoine » n'existe pas de façon autonome dans les textes législatifs. Ceci est nommé souvent par le patrimoine culturel<sup>149</sup>. Dans le cadre de notre travail, nous prenons la définition du patrimoine culturel indiquée dans la loi du patrimoine culturel du Vietnam en 2005 et celle modifiée en 2009 (article 4, p.1). Le patrimoine culturel vietnamien se compose du patrimoine culturel immatériel et matériel. Ces deux concepts sont définis comme suit :

« Le patrimoine culturel immatériel est un produit spirituel lié à la communauté ou à l'individu, à l'objet et l'univers culturel concerné, ayant la valeur historique, culturelle et scientifique et représentant l'identité de la communauté. Il est renouvelé continuellement et transmis d'une génération à l'autre par voie orale, par l'exercice des métiers, les démonstrations et d'autres formes et le patrimoine culturel matériel est un ensemble concret et palpable ayant une valeur exceptionnelle du point de vue historique, culturel et scientifique. Il comprend les vestiges historiques et culturels, les sites naturels, les reliques, les objets antiques, les objets précieux relatifs aux monuments nationaux et aux lieux qui ont une valeur historique, culturelle ou scientifique ».

---

<sup>149</sup>Nous tenons à remercier Monsieur le responsable du Bureau de compétence culturelle du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa de nous avoir partagés cette information.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Afin de protéger au mieux les vestiges culturels nationaux majeurs, l'Assemblée Nationale de la République Socialiste du Vietnam a adopté la loi sur le patrimoine culturel en 2001. Depuis cette date, cette loi a été modifiée deux fois, en 2005 et en 2009. Elle précise les différentes mesures de protection à envisager afin de préserver les biens culturels vietnamiens. La politique principale est le classement des sites et monuments majeurs en tant que vestiges nationaux. Ainsi, conformément à cette loi sur les patrimoines culturels, pour qu'un site ou un bâtiment puisse être classé vestige historique ou culturel, il faut qu'il réponde à l'un des trois critères suivants (Boiron, 2007) :

- Être un lieu où se sont produits des faits importants de l'histoire du pays et marqué par l'activité de grands hommes (héros nationaux, politiciens, scientifiques renommés, etc.).
- Posséder une architecture représentative du pays et de son évolution.
- Être un site archéologique d'importance.

Suite à la naissance de la loi du patrimoine culturel, plusieurs décrets et circulaires ont été publiés pour la concrétiser. Parmi ceux-ci, citons quelques exemples comme le Décret N° 92/2002/NĐ-CP du 11/11/2002 réglementant l'exécution de certains articles de la Loi des patrimoines culturels ; la Directive N° 05/2002/CT-TTg du 18/02/2002 du Premier Ministre relative au renforcement des mesures de gestion et de protection des objets antiques appartenant aux monuments et à l'interdiction de l'exploitation illégale des stations archéologiques ; le décret gouvernemental N° 86/2005/NĐ du 08/7/2005 sur la gestion et la protection des patrimoines culturels sous-marins ; la décision N° 156/2005/QĐ-TTg du 23/6/2005 du Premier Ministre sur l'approbation de l'aménagement global du réseau des musées au Vietnam jusqu'en 2020. Ces décrets et circulaires aident grandement les localités dans la gestion juridique du patrimoine culturel (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009).

Pourtant, en les mettant en place, des difficultés de tous ordres sont apparues. Par exemple, selon la loi du patrimoine culturel en 2005, le patrimoine matériel se compose des vestiges historiques, des sites naturels, des reliques<sup>150</sup>, des objets antiques, des objets précieux

---

<sup>150</sup>Note :

- Relique : objet laissé qui a une valeur exceptionnelle du point de vue historique, culturel et scientifique
- Objet antique : objet laissé qui a une valeur exceptionnelle du point de vue historique, culturel et scientifique, ayant de plus de cent ans d'âge.
- Site naturel : paysage naturel ou lieu conjugué de la nature et de l'œuvre architecturale qui a une valeur exceptionnelle du point de vue historique, esthétique et scientifique.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

nationaux relatifs aux monuments et aux lieux ayant une valeur historique, culturelle, scientifique. Cependant, chaque vestige historique ou chaque site naturel a ses propres moyens de préservation et de mise en valeur. Cela concerne essentiellement les vestiges historiques et culturels ainsi que les sites naturels. En réalité, il est impossible d'appliquer cette loi dans le zonage de protection des sites naturels ayant une superficie très grande comme la baie de Nha Trang, celle d'Halong et la forêt de Cuc Phuong (Bureau de compétence culturelle - SCST, 2009).

A Nha Trang, la gestion du patrimoine culturel local relève plus des compétences du Service de la culture, des sports et du tourisme (SCST) de Khanh Hoa que de celle du Bureau de la culture et de l'information (BCI) dépendant du Comité Populaire de la ville de Nha Trang. Ce Service est assisté par deux bureaux spécialisés dont les missions sont à la fois spécifiques et complémentaires. Tous deux ont mission d'apporter au Comité Populaire de Khanh Hoa leurs suggestions et leurs initiatives liées au domaine culturel. Le premier bureau, nommé Bureau de gestion culturelle, est chargé de gérer tous les domaines culturels dans la province de Khanh Hoa et de donner son avis concernant la gestion étatique culturelle. Le deuxième bureau est plus spécialisé dans le domaine du patrimoine. Il s'agit du Centre de protection du patrimoine et du paysage. Ce type de Centre n'existe pas dans toutes les provinces vietnamiennes (Boiron, 2007). Ayant une personnalité juridique, contrairement au premier bureau, celui-ci a le droit d'exercer des actions à but lucratif. Ses missions sont de procéder à l'inventaire des patrimoines de la province, d'exploiter ces patrimoines et de les mettre en valeur conformément à la politique de développement économique, culturel, social et sécuritaire de la province. Le Centre de Protection du Patrimoine de la province de Khanh Hoà est l'organisme qui est plutôt chargé de juger du classement du patrimoine culturel matériel qu'immatériel. La culture est un domaine très vaste. Dans le cadre de notre travail, nous prenons quelques exemples révélateurs pour analyser la préservation du patrimoine culturel local en relation avec le tourisme.

#### **Patrimoine culturel matériel menacé au profit de la modernité et ses corollaires**

Concernant le patrimoine culturel matériel, depuis quelques années, le Centre de la protection de patrimoine et du paysage de Khanh Hoa a procédé à l'inventaire du patrimoine culturel matériel à deux reprises (en 2002 et en 2009). Un des moyens mis à disposition pour préserver le patrimoine culturel est de le classer dans un inventaire. Les connaissances acquises grâce à la réalisation d'inventaires permettent d'avoir une vision globale de l'état

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

actuel des richesses patrimoniales du pays et d'élaborer des politiques de protection, de restauration et de valorisation du patrimoine. Selon le rapport de ce Centre en 2009, la ville de Nha Trang compte 226 sites dont 14 situés dans les îles de la baie de Nha Trang qui sont répertoriés dans cet inventaire. Parmi ces sites patrimoniaux, nous pouvons citer des vestiges historiques et révolutionnaires, des *chùa* (pagodes), des *dinh* (temples communaux consacrés au dieu tutélaire du lieu), *dên* (temples), *miêu*, *am*, etc. (consacrés aux nombreuses divinités, des héros nationaux ou locaux, ou d'autres génies et déesses relevant du culte confucéen taoïsme et de l'animisme...). Pourtant, ce qui est surprenant, c'est qu'un site aussi important que la baie de Nha Trang en entier, classée à la liste du patrimoine national par le Ministre de la culture, des sports et du tourisme depuis 2003 ne figure pas dans ce dernier inventaire.

Parmi ces sites patrimoniaux, le Centre de protection du patrimoine et du paysage se charge de s'en occuper essentiellement de deux et les mettre en tourisme. Il s'agit des temples de Po Nagar et des rochers Hon Chong et Hon Do. Pour d'autres comme des *chùa*, des *dinh*, des *dên*, des *miêu* et des *am*, etc., leur gestion est assurée par un «comité de gestionnaires locaux» qui représente le village concerné et qui doit surveiller ces sites et y organiser les fêtes annuelles. Depuis ces dernières années, la restauration de ces «*chùa, dinh, dên, miêu et am*», etc. s'est essentiellement faite sous forme de participation financière des résidents du village ou du quartier. Le Centre de protection du patrimoine et du paysage les aide seulement dans les phases de formalités administratives et d'organisation des fêtes annuelles (Service de la culture, des sports et du tourisme, 2009).

Sans être classée dans l'inventaire du Centre de protection du patrimoine et du paysage, la gestion directe de la baie de Nha Trang dans son ensemble est relativement «en suspens» et ne dépend ni de la responsabilité du Centre de protection du patrimoine et du paysage, ni de celle du Comité populaire de la ville de Nha Trang, ni encore de celle de la Réserve de la baie de Nha Trang. Sous la direction générale du Comité Populaire de Khanh Hoa, chaque institution étatique la gère selon ses propres compétences (transport, tourisme, pêche, environnement, etc.). Autrement dit, pour la baie de Nha Trang, il manque des décisions administratives et juridiques déterminant clairement son gestionnaire direct et ses collaborateurs<sup>151</sup>. Ceci illustre davantage la cohérence lacunaire entre les institutions étatiques que nous avons mentionnées dans 5.1.

---

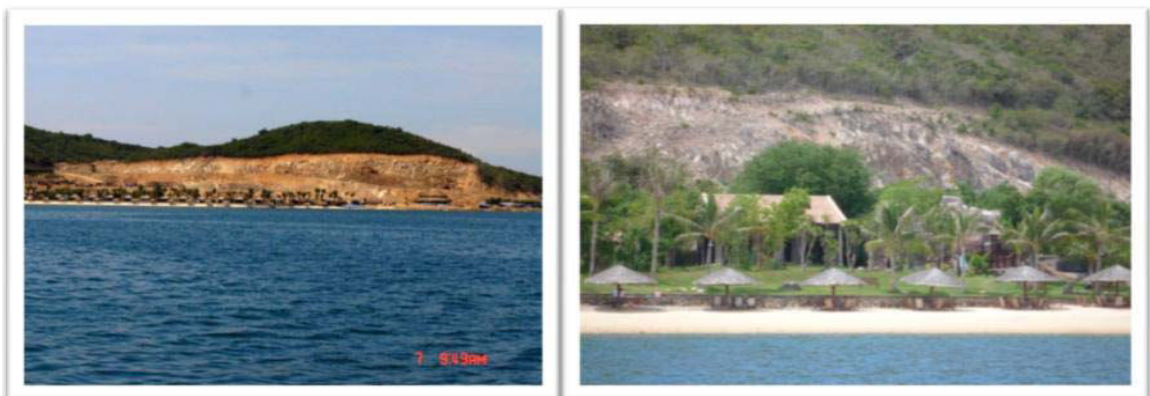
<sup>151</sup> Source : Entretien avec un des responsables de la Réserve de la baie de Nha Trang le 19.12.2010.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

La qualité de l'offre touristique générale est considérée comme un facteur déterminant pour le développement durable de ce secteur. Il s'agit de la qualité des sites à visiter, de l'accueil, de l'information, des prestataires de services et de l'hébergement (Leroux, 2009). En ce moment, la baie de Nha Trang fait face à certains méfaits suivants qui nuisent à sa qualité et à sa réputation. Le premier porte sur la pollution environnementale comme le souligne des touristes interrogés dans la partie 2 : *«trop d'ordures, on les voit partout à la plage, dans les îles»*. Les enjeux de la préservation des ressources naturelles, des écosystèmes et des paysages remarquables du pays ne sont pas appréhendés par l'ensemble de la population. Seuls certains membres de la société, sensibilisés à ces questions, sont conscients de l'intérêt par la protection des richesses naturelles vietnamiennes et des dégradations anthropiques que celles-ci subissent depuis plusieurs années (Boiron, 2007).

Le deuxième problème lié à la baie de Nha Trang concerne son «bétonnage» et la destruction du paysage naturel. En effet, le développement économique du pays amène les entreprises touristiques à porter atteinte à leur environnement naturel. Le projet de complexe touristique Rusalka a utilisé 23 000m<sup>2</sup> de la surface de la mer ; celui de la zone touristique Song Lo 30 000m<sup>2</sup>. A Nui Chut, plus de 56 ha de l'estuaire ont été entièrement remblayés afin de construire la zone d'habitation Lam Vien. Cela a des impacts négatifs pour l'écologie dans la baie et a réduit à peu près de 50% la largeur du courant d'eau de l'estuaire de la rivière Quan Truong. A Hon Tam, plus de 19.000 m<sup>2</sup> de bois et de terrains sylvicoles ont été rasés, 6000m<sup>2</sup> de surface de mer remblayés (Institut de l'architecture et de l'aménagement urbain, 2008).

Photographie 29. Une partie de l'île de Hon Tam défigurée pour faire construire l'écoresort Hon Tam (photo à gauche : Hon Tam en 2007) et Hon Tam en 2010 (photo à droite).



Source : Réserve de la baie de Nha Trang en 2007 et LE Thi My Binh (2010)

De plus, la visite des coraux en plongée fait de la baie de Nha Trang une destination spécialisée par rapport aux autres destinations touristiques du Vietnam. Cependant, depuis quelques années, la qualité de l'eau de mer s'est dégradée. Les récifs coralliens sont détériorés



### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

(Cf. 2.1.1). En ce moment, la superficie des coraux dans la baie de Nha Trang est de 731ha, répartis essentiellement à Hon Tre, Hon Mun, Hon Tam et Hon Mot, etc. Cette superficie s'est réduite de plus de 31% en 10 ans. Les coraux et les tapis d'algues marines ont ainsi tout à fait disparu à Dam Gia au Nord de Hon Tre. Tout cela est dû à plusieurs facteurs : la construction des complexes touristiques au bord de la mer et dans les îles, le développement de l'aquaculture, l'ancrage des bateaux de plaisance, le rejet des déchets par les bateaux, la pêche des animaux vivants dans les coraux lors des circuits touristiques dans les îles (Tong, 2008).

Photographie 30. Dam Gia au Nord de Hon Tre, exemple de disparition totale du tapis d'algues marines et de mangrove.



Source : Réserve de la baie de Nha Trang (2007)

Un autre problème que nous comptons aborder dans cette analyse, c'est la «disparition» des *chua, dinh, dên, miêu, am, etc.* dans les îles de la baie de Nha Trang. Ce type de patrimoine culturel matériel n'a pas disparu au sens physique mais il est tombé dans l'oubli suite aux déménagements des îliens pour céder leur terrain aux projets touristiques créés ou à venir dans les îles de la baie de Nha Trang. Quasiment chaque île mérite l'attention par sa pagode (*chua*), sa maison communale (*dinh*), son temple (*den*), etc. Beaucoup ont leur Mandarin célèbre, leurs Héros auxquels des cultes sont rendus. Les *dinh, dên, miêu, am, etc.* font partie du patrimoine culturel matériel précieux car ils sont également les lieux de culte des fondateurs du village ainsi que les personnes ayant contribué par leur vie et leurs connaissances à protéger ce village et à le développer. On peut également connaître l'histoire du village ainsi que son développement à travers ces *dinh, dên, miêu, am.* (Tran, 2006).

### **Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

Photographie 31. Un *dinh* [maison communale] à Vung Me (Hon Tre) délaissé suite au déménagement de la population locale pour laisser place à l'élargissement du comptoir touristique Vinpearl Land.



Source : LE Thi My Binh (Août 2010)

De plus, en poursuivant les projets touristiques dans l'esprit de modernisation, les autorités locales semblent oublier leurs engagements vis à vis de la protection du site. Les labels comme celui des *Plus Belles Baies du Monde*<sup>152</sup> ainsi que celui du patrimoine national assurent une certaine protection du site naturel de la baie de Nha Trang dans la mesure où ils visent à contrôler et limiter les constructions d'infrastructures sur le site. Par contre, selon le Comité Populaire de Khanh Hoa, ces protections constituent un «obstacle» au plan de développement et d'exploitation de la baie. Pour cette raison, il a donc demandé, en mai 2007, de faire retirer la baie de Nha Trang de la liste des beaux sites du pays. Le ministère de la Culture et de l'Information a refusé ce retrait. «Il est temps de préserver ce qui reste». En effet, si l'heure est au développement du pays, celui-ci doit pouvoir se faire de façon responsable et dans le respect des richesses paysagères et naturelles des régions vietnamiennes. Tout comme les autorités françaises il y a quelques décennies, les dirigeants vietnamiens se rendent compte, mais trop tard, de l'immense perte de leur patrimoine naturel (Boiron, 2007). Malheureusement que ce que les guerres n'avaient pas détruit et que la misère avait en quelque sorte préservé, en figeant toute initiative, la croissance économique et l'enrichissement sont en train de les transformer à grand pas (Mahareaux, 2008).

---

<sup>152</sup> Le Club des plus belles baies du monde est une association internationale, et une marque déposée, créée à Berlin le 10 mars 1997, regroupant des structures représentant chacune une collectivité offrant une façade maritime sur une baie exceptionnelle du littoral mondial. Les baies adhérentes doivent remplir certains critères tels que : faire l'objet de mesures de protection, disposer d'une faune et d'une flore intéressantes, disposer d'espaces naturels remarquables et attractifs, être connue et appréciée sur le plan local et national, être emblématique pour la population locale et avoir un certain potentiel économique.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

Si la baie de Nha Trang subit les impacts de nombreux aménagements touristiques, la ville de Nha Trang n'est pas épargnée et connaît le même destin. Le développement économique et urbain du pays laisse au second plan les politiques de protection et de valorisation des éléments patrimoniaux. Le patrimoine architectural est l'un des premiers éléments patrimoniaux touchés. Un autre patrimoine culturel matériel de la ville de Nha Trang risque également de disparaître. Il s'agit d'anciennes maisons dont la plupart encore visibles aujourd'hui à Nha Trang ont été construites à la fin du XIXe siècle ou au début du XXe siècle. L'histoire de l'architecture vietnamienne témoigne du métissage de la culture européenne et de plusieurs cultures asiatiques. Aussi, compte tenu de l'histoire du Vietnam, la ville de Nha Trang hérite de plusieurs influences architecturales. La production urbaine du début du XXe siècle puise ses références en France et en Chine. Il existe en général deux types de bâtiments: les compartiments urbains ou «maison-tube» ainsi que les villas (Boiron, 2007).

Depuis quelques années, la ville de Nha Trang est atteinte par une «fièvre immobilière». En effet, afin de faire face aux problèmes générés par une croissance économique récente et un sous-équipement général, certains dirigeants locaux ont donné l'autorisation de détruire les anciennes maisons des villes pour laisser place à des complexes hôteliers de plusieurs étages, surtout tout au long de la plage de Nha Trang. C'est le cas de plusieurs anciens bâtiments situés sur l'avenue Trần Phú longeant la plage de Nha Trang et dans les rues près de la plage de Nha Trang comme l'ancienne bibliothèque de la Province de Khanh Hoa installée dans une maison à porche surélevé construite par un colon français durant la période d'occupation française du Vietnam qui est en ce moment transformée en complexe commercial Hoan Cau (hôtels, appartements à louer, centre d'achat, etc.). La maison d'Alexandre Yersin est aujourd'hui remplacée par une maison de repos appartenant au Ministère de la police. L'hôtel «La Frégate», situé 14 rue Pasteur, a été détruit pour construire un hôtel de style moderne plus grand, «Ngoc Lan». La maison du 9 rue Yersin, a été rasée pour construire un complexe hôtelier. La photographie 32 qui suit permet de mieux comprendre ce contraste.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Photographie 32. Exemples d'images contrastes entre le passé oublié et la modernité



Une ancienne maison à galerie, l'ancienne maison au 9 rue Yersin  
située au 9 rue Yersin (Nha Trang) détruite pour monter le « NhaTrang Plaza » hôtel  
Source : Céline BOIRON (2007) et LE Thi My Binh (2010)

Parmi les anciens bâtiments de la ville de Nha Trang, il faut compter le musée de la province de Khanh Hoa. Situé dans la rue Tran Phu, en face de la plage de Nha Trang, ce bâtiment n'est pas aussi ancien que les autres situés à Nha Trang, car cet édifice a été construit en 1940 selon l'architecture française. Il était l'ancien bureau du Service des transports sous l'ancien régime et M. Xuphanuvong (Ex président de la République du Laos) y habitait pendant sa mission au Vietnam. Depuis la réunification du pays en 1975, il est transformé en musée. A notre connaissance, cet édifice est un des derniers anciens bâtiments encore existants sur l'avenue Tran Phu. Récemment, sous prétexte que sa superficie était limitée et que sa position était enclavée au milieu d'hôtels à plusieurs étages, les autorités locales ont envisagé de chercher un autre endroit plus grand pour faire construire un nouveau musée. L'emplacement actuel du musée laissera place à un nouvel hôtel.

A ce sujet, comme le soulignait un ancien vice-président du Comité Populaire de Khanh Hoa qui démontre en fait que la plupart des arguments avancés ne sont que des pseudo-arguments à prétexte économique-scientifique favorisant l'enrichissement de certains : *«Les arguments des autorités locales ne sont pas convaincants. Si sa superficie est petite, on pourrait faire de ce musée un musée historique et révolutionnaire. On pourrait imaginer de construire d'autres musées thématiques ailleurs et plus tard. Étant un vestige historique, ce musée ne devrait pas être déplacé, car si on le faisait, une partie de la mémoire de notre pays s'en irait avec lui. Il faut être prudent. A mon avis, les résidents de Khanh Hoa ne sont pas d'accord de cette décision. De toute façon, quelle que soit leur pauvreté ou leur mauvais état, il faut conserver les meilleures places aux monuments historiques, culturels et traditionnels. Si on ne pense qu'à l'intérêt économique, on risque de perdre notre patrimoine culturel»* (Thanh Nguyen, 2010).

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Photographie 33. Musée de Khanh Hoa, exemple d'un autre patrimoine architectural délaissé au profit des projets touristiques.



Source : LE Thi My Binh (2010)

Ayant subi ce même «destin», certains anciens bâtiments situés tout le long de la plage de Nha Trang et dans les rues alentours ont disparu. Ainsi, le nombre d'anciennes maisons diminue considérablement par manque de la volonté des autorités locales et de leurs propriétaires à les conserver. Plus précisément, il n'existe pas une politique clairement définie et parfaitement relayée et des mesures strictes appliquées en cas de dégradation de ce type de patrimoine. Par exemple, suite à la disparition progressive des maisons anciennes, le SCST de Khanh Hoa a proposé au Comité Populaire de Khanh Hoa trois solutions pour les "sauver" (Nguyen, 2009) :

La première serait que la province de Khanh Hoa les achète avec ses fonds propres. Elle les restaurerait pour faire construire un village d'anciennes maisons. On y créerait un environnement attractif. La province confierait ce village au Centre de Protection du Patrimoine et du Paysage qui se chargerait de l'exploiter à des fins touristiques. On pourrait y vendre des produits-souvenirs locaux fabriqués par des artisans traditionnels locaux. Pourtant, jusqu'à maintenant cette solution n'a pas été mise en place. La deuxième solution concernerait le soutien financier de la province aux propriétaires. En fonction de la valeur de chaque maison ancienne, la province prendrait en charge une partie du budget de restauration et de préservation de cette maison. Cette solution semble difficile à mettre en place. A cause de leur déficit budgétaire, les autorités localités ne peuvent pas apporter une politique de soutien financier adaptée. De plus, l'avis des propriétaires est réservé. Ils font souvent part de leur peur de "résultats tardifs", ils craignent en effet de devoir s'engager à conserver leurs maisons pour toujours. La troisième solution porte sur la participation des entreprises

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

touristiques locales. Elles achèteraient les maisons et les délocaliseraient dans un comptoir touristique comme le cas de l'écoresort Hon Tam.

Du côté des propriétaires d'anciennes maisons, certains témoignent d'un désintérêt pour ce type de logement. Sans avoir conscience de la valeur du patrimoine populaire qu'ils possèdent, ils n'ont pas envie de préserver cet «héritage du père». Considérant ces types d'habitat petit et inadapté aux besoins modernes, ils les abandonnent ou les remplacent par des habitats plus récents et répondant aux conditions de vie modernes en terme de confort, d'accessibilité, d'entretien, d'espace, de choix des matériaux de construction. Ainsi, que ce soit dans les pôles urbains ou les villages, les maisons anciennes et traditionnelles sont peu à peu remplacées par des bâtiments cubiques bétonnés, de deux ou trois étages, aux fenêtres en aluminium et aux couleurs criardes (Boiron, 2007).

«La protection du patrimoine est plus qu'un simple classement des patrimoines dans un inventaire, qui n'en est que l'expression réglementaire. Elle est le souvent le reflet d'une «sensibilité» culturelle exprimée par une politique de protection soumise à des législations adaptées aux conditions du pays, à une vision historique et à une typologie des biens à classer pour aboutir à une analyse économique des effets du classement» (Doumit, 2007, p. 36). L'absence de politique explicite émanant des autorités locales et le désintérêt de certains propriétaires de maisons anciennes nuit à la conservation de ce patrimoine culturel matériel local. En étudiant l'inventaire, établi par le Centre de Protection du Patrimoine et du Paysage en 2010, nous constatons que ces bâtiments anciens n'y figurent même pas. Ils ne sont pas soutenus par l'État dans les phases de protection. Il est regrettable d'effacer ainsi les traces de l'histoire de notre pays dont l'importance était bien soulignée par l'ancien vice-directeur du SCST de Khanh Hoa : *«Parmi les éléments du patrimoine culturel matériel du peuple, les anciennes maisons font partie des biens les plus précieux. Elles contiennent des éléments culturels populaires, qui reflètent la vie quotidienne du peuple à une certaine époque.»*<sup>153</sup>.

A ce sujet, comme le soulignait un des responsables du SCST de Khanh Hoa *«On ne peut pas tout sauver»*<sup>154</sup>. Certes, on ne peut pas tout conserver. Cependant, la durabilité du tourisme doit pouvoir s'appuyer sur l'ensemble du patrimoine culturel matériel et immatériel de façon globale et non sur quelques sites exceptionnels (Maharoux, 2008). La protection du patrimoine, qu'il soit d'origine naturelle ou humaine, est importante et crée une différence

---

<sup>153</sup> Source : Informations obtenues lors de l'entretien semi-dirigé la 28 octobre 2009.

<sup>154</sup> Informations obtenues lors de l'entretien semi-dirigé la 28 octobre 2009.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

notable entre la ville de Nha Trang et d'autres villes au Vietnam ainsi que dans le monde. C'est à travers lui que la ville de Nha Trang peut briller parmi les autres nations et prouver sa valeur, sa richesse, son caractère unique et son identité. Sa mise en valeur permet d'attirer de nombreux touristes.

Récemment, en se basant sur six critères liés à la qualité de l'environnement et celle de l'écosystème, l'ensemble culturel et social, l'état des lieux des vestiges historiques et architecturaux, la beauté, la qualité de gestion touristique ainsi que le potentiel du développement, Nha Trang faisait partie de la liste de dix villes côtières comme les pires irrespectueuses de l'environnement et de l'écologie du monde en 2010 (National Geographic en octobre 2010). Ce classement a causé des réactions de la part des autorités locales. Il est, à notre avis, surtout un signal d'alarme très fort. Il est urgent que la ville de Nha Trang et sa baie, qui s'étaient endormies depuis longtemps sur une bonne réputation, réagissent avant qu'il ne soit trop tard. En effet, si les acteurs touristiques locaux ne font pas d'efforts pour mettre en valeur le potentiel touristique en préservant les ressources touristiques naturelles et culturelles, nous craignons qu'un jour la ville de Nha Trang et sa baie tombent dans l'oubli et perdent leur propre identité.

#### **Préservation du patrimoine culturel immatériel délaissé**

Contrairement à la préservation du patrimoine culturel matériel, celle du patrimoine culturel immatériel n'est pas prise en considération comme il le faudrait. En effet, jusqu'à maintenant, il n'y a pas d'inventaire qui regroupe tous les patrimoines culturels immatériels de la province de Khanh Hoa en général et de la ville de Nha Trang en particulier. Il n'existe pas non plus de politiques locales concrètes pour préserver le patrimoine culturel immatériel. Lors de nos entretiens auprès des responsables du Centre de Protection du Patrimoine et du Paysage et du Bureau de Gestion Culturelle, nous avons été informés que le STSC de Khanh Hoa projetait d'établir un tel inventaire à partir de 2011. Mieux vaut tard que jamais. Cet inventaire lui permettrait de lister le patrimoine culturel immatériel local et de proposer des solutions de mise en valeur et d'exploitation à des fins culturelles et touristiques convenables pour chaque type du patrimoine culturel immatériel.

Les premiers facteurs de perte des valeurs culturelles étaient la guerre et la pauvreté et surtout une certaine «idéologie» qui avait cours à certaine période. Les vestiges historiques et culturels faisaient partie d'une époque révolue, réactionnaire et contre moderniste qu'il fallait

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

supprimer, sinon on pouvait être considéré comme antirévolutionnaire (Dinh, 1997). Durant les derniers conflits, les Vietnamiens se préoccupaient plus de lutter que de transmettre les héritages immatériels aux générations futures. Ajoutons que ces valeurs et ces traditions sont nées dans une société de monoculture du riz et ont été servies par les paysans dans les villages. Actuellement, face au processus d'industrialisation et de modernisation, parallèlement à l'économie de marché, elles ne sont plus dans les mêmes conditions pour exister (Boiron, 2007).

#### **Mise en tourisme du patrimoine culturel local nécessitant des applications précises**

On entend par «mise en tourisme» le processus, l'état qui en résulte, d'un développement plus planifié, plus volontaristes, contrôlé, sinon maîtrisé, s'appliquant aux mêmes objets. Le rôle des décideurs et acteurs locaux, hors des particuliers et entreprises privées, semble plus important dans l'élaboration des processus et des décisions qui provoquent ou accompagnent le développement du tourisme (Dewailly, 2005).

S'articulant autour de trois secteurs prioritaires : le tourisme, l'industrie et l'agriculture, le tourisme est à la base des principales politiques de développement économique mises en place à Nha Trang. Malgré les efforts des autorités locales et des entreprises touristiques, la mise en tourisme du patrimoine culturel local n'est pas prise en compte comme nous avons déjà analysé dans la partie 1. Il s'agit plutôt de «touristification» qui pourrait concerner le processus, et l'état qui en résulte, de développement relativement spontané, non planifié du tourisme, s'appliquant à un espace, une société, une économie, etc. Les acteurs en sont plus isolés, moins institutionnels (Dewailly, 2005). Revenant à Nha Trang, il paraît que chacun travaille pour soi. Il nous semble manquer des coordinations, des politiques précises pour faire du patrimoine culturel des pratiques touristiques appropriées.

Par exemple, du côté des entreprises touristiques, afin de diminuer les dépenses et d'augmenter les recettes, au lieu de mener les études de marché, à savoir les demandes des touristes avant de concevoir un programme de visites, elles se contentent de s'appuyer sur ses atouts naturels tels que les plages, les îles, le climat, etc. Certains éléments du patrimoine sont surexploités mais font paradoxalement l'objet d'une moindre restauration comme la baie de Nha Trang. A Nha Trang, à l'exception de la baie, certains anciens bâtiments seulement sont exploités touristiquement. Il s'agit de la cathédrale (construite pendant la période d'occupation française), la maison de repos au 44 rue Tran Phu (construite et utilisée par les



### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

autorités françaises comme hôtel de ville), les villas de l'empereur Bao Dai, les bâtiments de l'institut océanographique, l'ancienne maison de M. Hai, etc. Les autres restent encore sous forme de potentiel touristique. Contrairement à d'autres villes comme Hoi An et Hanoï qui ont basé leurs politiques patrimoniales sur ces maisons et les compartiments urbains, les maisons de ville et les maisons à porche surélevé dont les dimensions et le rôle historique sont plus modeste ne sont pas valorisées à Nha Trang. Cependant, présentes en grand nombre, ces maisons témoignent au mieux de l'histoire et du développement de la ville de Nha Trang (Boiron, 2007).

Quant aux autorités locales, nous constatons au fur et à mesure certaines applications des axes d'action, initiés par le Parti communiste provinciale dans la mise du tourisme du patrimoine culturel, en organisant des fêtes traditionnelles caractéristiques de la province telles que la fête aux temples de Po NaGar, les cérémonies de la Baleine, Ho ba trao (chants et mimes des pêcheurs), etc. En ce qui concerne les autres fêtes, elles sont organisées au niveau local grâce à la participation financière des résidents du quartier ou du village (Bureau de compétence culturelle – SCST de Khanh Hoa, 2010). En plus, en attendant la mise en place de l'inventaire du patrimoine culturel immatériel, le SCST de Khanh Hoa et l'Association de la littérature et de l'art de Khanh Hoa ont effectué des recherches liées aux métiers traditionnels pratiqués au sein de la province, aux anciennes maisons, aux anciennes pagodes, au culte chinois, à la fête de la baleine, à la préservation de la culture traditionnelle du peuple ethnique Raglai et sa mise en valeur, etc. Certaines études ont déjà été présentées au public. Pourtant, en dehors des activités organisées occasionnelles que nous venons de citer, le patrimoine culturel immatériel à la ville de Nha Trang n'est pas pris en considération. Nous prenons le «hat boi» (chant traditionnel) comme exemple. Ce chant est essentiellement présenté aux touristes dans les grands hôtels. En réalité, il ne se perd pas vraiment puisqu'on continue de le chanter mais il perd son but originel, ses racines populaires. Il est détourné. Aujourd'hui, ce n'est plus qu'une mise en scène pour faire plaisir aux touristes (Boiron, 2007).

Pour expliquer cette lacune, le manque des infrastructures nécessaires en est la cause comme le soulignait un des responsables du Centre de protection du patrimoine et du paysage *«Compte tenu des limites présentées par certaines infrastructures touristiques (manque de WC, de routes, de conditions hygiéniques nécessaires), nous nous en tenons pour le moment à présenter le patrimoine culturel immatériel lorsqu'il est implanté dans des sites touristiques dores et déjà adaptés. C'est le cas des temples Po Nagar où sont présentées les danses de*

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

*Cham et des rochers empilés où sont présentés des instruments de musiques traditionnels : lithophones de Khanh Son, T'rung»<sup>155</sup>.*

Cette explication n'est pas tout à fait convaincante. Selon Georges Condominas (2001) cité dans Boiron (2007), le tourisme, dans son développement, offre à sa clientèle de plus en plus nombreuse de la pacotille et des spectacles exotiques reproduisant soi-disant l'artisanat et les rites locaux. Par exemple, les cérémonies, musiques et danses des minorités Cham sont présentés aux temples de Ponagar (Nha Trang). Ces traditions tendent à devenir de véritables spectacles pour l'industrie touristique. Ce type de représentation théâtrale à destination des touristes peut avoir des enjeux très positifs. D'une part, elle est une manière de faire découvrir la diversité des cultures traditionnelles. D'autre part, si bien préparée, elle peut générer des revenus susceptibles de financer des projets de préservation des cultures traditionnelles ou susciter la valorisation et la revitalisation d'une culture immatérielle. Cependant, cette intégration des cultures traditionnelles dans les circuits touristiques peut en entraîner la dégradation. En effet, selon toujours Georges Condominas (2001) cité dans Boiron (2007), le tourisme peut être destructeur s'il est seulement guidé par des fins commerciales, sans respect de son impact social et culturel. Le risque est réel de voir les créations des minorités tenues pour de simples curiosités. Il est donc du devoir des autorités vietnamiennes de veiller à ce que les œuvres des groupes minoritaires ne soient pas transformées en spectacles folklorico-touristiques.

En réalité, les autorités locales se limitent à leur classement, leur restauration, leur protection sans pour autant les mettre en relation avec le développement touristique. C'est le cas des *chùa*, des *đình*, des *đền*, des *miếu* et des *am*, etc. (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2007). Plus précisément, même si les autorités locales encouragent la participation financière des acteurs privés aux projets touristiques, en réalité, force est de constater qu'il manque de directives et de processus concernés comme le souligne un des responsables du Comité populaire du quartier Loc Tho : «*Nous envisageons souvent la participation financière des acteurs privées. Mais est – ce que nous avons déjà une politique appropriées à ce propos ?* <sup>156</sup>». Face à cette lacune, les entreprises touristiques ne voient pas l'intérêt d'investir de l'argent pour mettre en tourisme le patrimoine culturel. A ce sujet, nous remarquons une autre cause plus approfondie. Il s'agit des lacunes de coordination entre une institution publique ayant des offres comme le Centre de protection et de préservation du

---

<sup>155</sup> Source : Informations obtenues le 18.11.2010.

<sup>156</sup> Source : Informations obtenues le 28.8.2009.

### **Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

patrimoine culturel et celle ayant des demandes comme le Centre de promotion touristique<sup>157</sup>. En effet, tandis que le premier se soucie de la façon de faire connaître le patrimoine culturel local, car «*il manque de compétences professionnelles comme marketing du tourisme, recherche de la clientèle*»<sup>158</sup>, le deuxième a du mal à diversifier des pratiques touristiques, faute d'un manque d'informations sur le patrimoine culturel local. Et jusqu'à maintenant la question : «*Qui sera responsable de faire travailler ensemble ces acteurs publics pour mettre en tourisme le patrimoine culturel ?*» est encore en suspend comme le souligne un des responsables du Centre de protection et de préservation du patrimoine culturel<sup>159</sup>.

Dans un tel contexte, ceci sera vraiment un enjeu pour le tourisme à Nha Trang vis à vis des nouveaux concurrents au Vietnam. Nous nous intéressons à l'opinion d'une allemande d'origine vietnamienne (Van hoa online 2010) : «*Personne ne gaspille de l'argent juste pour aller contempler les hôtels. Visiter les sites naturels sans avoir des liens avec les musées, les cultures locales est un manque d'humanisme*» et à celle d'un touriste écossais «*En ce qui concerne la promotion touristique, au Vietnam en général et à Nha Trang en particulier, on remarque que l'on s'attache plutôt à promouvoir les beaux sites naturels, les «resorts», les hôtels modernes et luxueux, sans exploiter de façon efficace le potentiel du patrimoine culturel. La différence culturelle a créé une attirance forte chez les touristes. En ce qui me concerne, le fait d'avoir traversé la moitié du globe pour arriver au Vietnam n'est pas pour but de rester dans des hôtels confortables. Mon objectif est de découvrir les particularités culturelles des Vietnamiens. Plus précisément, je veux goûter à la gastronomie locale. Je veux voir de mes propres yeux la vie culturelle, spirituelle et religieuse de la population. C'est pour cette raison que je veux visiter des musées, des pagodes, des églises, des théâtres, etc. A notre avis, les temples de Po Nagar sont les sites les plus intéressants à Nha Trang*» (journal quotidien Khanh Hoa on line 1/9/2010).

Il devient alors impossible de développer une pratique unique (comme la visite de la baie de Nha Trang), car il en faut pour tous les goûts qui sont différents entre les touristes domestiques et les touristes internationaux (Cf. annexe 7). Les entreprises n'ont d'autre choix que d'essayer de satisfaire le plus grand nombre de touristes, soit en ajoutant plusieurs composantes à leurs offres touristiques, soit en créant différentes versions adaptées à chaque segment de clientèle. Il importe également de se renouveler, de créer de nouvelles pratiques

---

<sup>157</sup> Ces deux bureaux dépendent du SCST de Khanh Hoa.

<sup>158</sup> Source : Informations obtenues lors de notre entretien auprès de Madame la responsable du Centre de protection et de préservation du patrimoine culturel de Khanh Hoa le 18.11.2010.

<sup>159</sup> Source : Information obtenues le 18.11.2010.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

afin de surprendre ces consommateurs qui en ont vu d'autres, de se tenir au courant des tendances, de comprendre le comportement de la clientèle, de la segmenter, de surveiller la concurrence et d'ajuster son offre au fil du temps (Laliberté, 2008). Cette stratégie d'avant garde n'est envisageable que si elle est définie, expliquée et encadrée par les autorités locales, seules garantes des conditions pour concilier développement touristique et préservation des sites, des cultures et des populations locales. Cette stratégie n'est possible que si elle est concertée, menée en commun, et seules les pouvoirs publics disposent des moyens et de l'autorité pour organiser et contrôler cette dynamique collective.

#### **5.2.3. Ressources humaines, qualités à améliorer**

Les ressources humaines jouent un rôle décisif dans le développement de tout métier, surtout dans les métiers du tourisme où la production et la consommation des pratiques touristiques a lieu en même temps dans un même lieu (Vu, 2007). Et surtout, les touristes deviennent de plus en plus exigeants. La satisfaction des touristes dépend largement de la compétence professionnelle du personnel et de son comportement comme nous avons déjà analysé dans la partie 2.

La qualité du personnel est primordiale à tous les niveaux : acteurs publics et privés. Vu le rôle important des ressources humaines dans le secteur touristique, cette problématique est bien mentionnée dans les axes d'action, déterminés par le Parti communiste provincial. Malgré les efforts des autorités locales, les ressources humaines liées au tourisme à Nha Trang connaissent en ce moment à la fois un surnombre en personnel insuffisamment formé et un déficit en personnel qualifié. La plupart des entreprises doivent par ailleurs organiser des stages de formations continues après l'embauche du personnel. Cela coûte cher non seulement pour les entreprises mais aussi pour les employés comme nous l'avons analysé dans la partie 2. Selon Kabiz (2009), cette lacune peut être résumée de la manière suivante :

- Les besoins de formation de l'entreprise ne peuvent être identifiés de manière systématique et régulière.
- La plupart des programmes de formation proposés par les établissements de formation touristique de longue durée ne répondent pas aux exigences des entreprises. Les premiers ont pour objectifs de fournir à leurs étudiants les connaissances générales et la gestion touristique en général. Tandis que les deuxièmes attendent plutôt les compétences de pratique.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

- Les infrastructures des établissements de formation touristique ne sont pas suffisantes pour répondre aux besoins d'application de leurs étudiants, faute du manque de lieux de pratique (restaurants, hôtels, agences de voyage, etc.).
- Issus d'autres formations initiales (technologie, pédagogie, arts, langues étrangères, économie, etc.), l'ensemble des enseignants est pénalisé par un manque d'expériences en pratiques touristiques.
- La qualité des matières enseignées n'est pas assurée (trop de théories, pas assez de pratiques...), quelquefois formelle comme l'apprentissage des langues étrangères (formation intensive, manque de manuels ciblés sur les métiers du tourisme...).
- Il manque une coopération efficace et à long terme entre entreprises et établissements de formation touristique. Certaines entreprises montrent leur irresponsabilité pour la formation du personnel (refus de recevoir des étudiants en stage par peur de vexer leur clientèle à cause du manque d'expérience chez les étudiants (Bich Khue, 2008), décernement du certificat de stage même si l'étudiant ne répond pas aux attentes du stage, etc.).

Chacun fait son travail sans penser à tisser des coopérations qui permettraient d'assurer la meilleure qualité des ressources humaines du tourisme. A notre avis, cette faiblesse mentionnée ne vient pas seulement des entreprises touristiques et des établissements de formation touristique. Elle résulte également de la responsabilité des autorités locales qui jouent un rôle déterminant dans le développement touristique comme nous l'avons analysé dans 5.1 et comme le souligne un résident interrogé : «*Le tourisme à Nha Trang sera mieux développé grâce aux autorités locales compétentes* »<sup>160</sup>.

Depuis quelques années, ces dernières ont autorisé les établissements à ouvrir plusieurs formations en tourisme (formation de longue durée et de courte durée). Comme les champignons poussent après la pluie, nous constatons la présence de formation touristique dans presque tous les établissements supérieurs (du bac + 2 au bac +5) et des formations de courte durée assurées par les grands hôtels et le Centre de promotion touristique de Khanh Hoa. Sans se baser sur une étude poussée, ni sur des statistiques mises à jour relatives à la quantité et à la qualité du personnel travaillant dans les secteurs touristiques comme hôtellerie, restauration, agences de voyage, etc., ces engagements nous semblent spontanées et superficiels, juste pour répondre à la «demande urgente » de main d'œuvre des entreprises

---

<sup>160</sup> Source : Informations obtenues le 16.1.2010.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

touristiques. Par contre, la «demande» est une notion abstraite qui nécessite de la détailler davantage à savoir : Quelles sont les demandes réelles des métiers du tourisme ? Quels sont les métiers ayant besoin d'être préparés dans les années à venir ? Quelles sont les langues étrangères à enseigner ?, etc. Tous ces détails devraient être bien indiqués dans le plan de planification des ressources humaines qui malheureusement n'existe pas encore en ce moment à Nha Trang même dans un document très important comme le plan d'aménagement touristique jusqu'en 2010 et son orientation à l'horizon 2020 pour la Province de Khanh Hoa.

Cela montre encore une fois l'inadaptation des politiques liées à la formation des ressources humaines des autorités locales. Ce manque de planification des ressources en personnel conduit dans une certaine mesure à des difficultés inévitables : Du côté des établissements de formation touristique, comme ils ne sont pas tenus informés sur les orientations du développement touristique et la planification générale des ressources humaines, au lieu de former une équipe de personnel répondant aux besoins des entreprises, ils la forment selon leurs propres compétences acquises (Kbiz, 2008). Les entreprises continuent à dépenser de l'argent pour avoir du personnel adapté via des formations continues après l'embauche. Malgré les investissements financiers des autorités locales pour la construction des infrastructures, la promotion touristique ainsi que la formation du personnel, les touristes ne sont pas tout à fait contents, faute de qualité insuffisante de services offerte par le personnel des entreprises touristiques. Par exemple, les touristes se plaignent de ne pas avoir assez de personnel francophone, tandis que depuis 1988, un millier d'étudiants de français étaient diplômés de l'Ecole Normale Supérieure de Nha Trang. La plupart d'entre eux pratiquent des métiers qui n'ont aucun lien avec leur formation universitaire. Au bout de quelques années, le français est tombé dans l'oubli. Les apprenants perdent de l'argent et du temps pour une formation professionnelle qui ne leur permet pas de trouver un travail comme il faut.

**Chapitre 6 : Propositions pour un tourisme socio-culturel durable**

Dans ce chapitre, nous ferons des propositions pour que le tourisme durable, dans lequel l'aspect socio-culturel est primordial, soit mieux pris en compte. Dans un contexte d'absence actuelle de plan d'aménagement touristique de la ville de Nha Trang et de sa baie, nos propositions porteront essentiellement sur la conception du plan d'aménagement touristique de Nha Trang ainsi que du mode de gouvernance pour le mettre en pratique. Elles s'expliquent par le fait qu'en plus de l'aspect conservation du patrimoine, nos publics interrogés<sup>161</sup> ont aussi mis l'accent sur l'idée de «développement». Il s'agit d'un ensemble de transformations économiques, sociales, techniques, institutionnelles qui font changer les comportements, y compris le progrès des connaissances, l'amélioration des qualifications, le savoir-faire, qui permettent d'anticiper la croissance économique pour entraîner une amélioration des conditions générales de vie (Cf. annexe 11). Autrement dit, le développement durable n'est pas un état statique d'harmonie mais un processus de transformation dans lequel l'exploitation des ressources naturelles, le choix des investissements, l'orientation des changements techniques et institutionnels sont rendus cohérents avec l'avenir comme avec les besoins du présent (Lequin, 2001). Et surtout, les personnes interrogées ont insisté sur la nécessité de planifier le développement touristique ainsi que sur le besoin d'une gouvernance appropriée. Ces deux propositions sont, à notre avis, les plus urgentes en vue d'assurer la durabilité du tourisme de Nha Trang sous l'aspect socio-culturel.

Nous proposerons d'abord le plan d'aménagement touristique de Nha Trang en nous basant sur les principes suivants :

- Appartenant à la province de Khanh Hoa, la ville de Nha Trang et sa baie ne peut pas se développer en contradiction avec les orientations générales de cette province. Donc pour la faisabilité d'un plan d'aménagement touristique de Nha Trang, il importe que ce plan soit lié étroitement aux orientations de développement touristique de sa province attachée. Il s'agirait de transformer Nha Trang en un centre de villégiature et de conférences de haut niveau, les autres districts de Khánh Hòa devenant des zones d'écotourisme réservées aux activités de découverte et de sport (Cf. annexe 12). De plus, l'aménagement des espaces touristiques devient une

---

<sup>161</sup> Nos publics interrogés se composent d'autorités locales, d'entreprises touristiques, de résidents et de touristes domestiques et internationaux.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

décision politique entrant dans une stratégie globale d'aménagement du territoire (Vlès, 2006). Dans cette optique, nos propositions se référeront également au plan d'aménagement du territoire de Nha Trang jusqu'en 2025 et ses perspectives après 2025.

- L'objectif principal de notre étude sera d'assurer un tourisme durable sous l'aspect socio-culturel. Donc, nous donnerons la priorité aux propositions visant à valoriser le plus possible le rôle de la population locale dans le développement touristique, ce qui permettrait de mieux partager les bénéfices de ce secteur et de protéger des patrimoines culturels locaux. Nous délaierons les projets touristiques déjà mis en place comme Vinpearl Land (Hon Tre), Hon Tam écoresort (Hon Tam) et Hon Mot (Hon Mot) appartenant aux grandes entreprises touristiques qui n'embauchent pas beaucoup de résidents locaux comme mentionné dans le chapitre 5. Nous aborderons ce qui est nouveau et qui n'est pas encore, à notre connaissance, touché par le tourisme.
- Nos propositions tiendront compte également des opportunités et des menaces qui pèsent sur le tourisme de Nha Trang comme le montre le tableau 10 suivant sans oublier les avis de tous nos publics interrogés pour assurer le tourisme durable à Nha Trang (Cf. annexe 13).



**Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

Tableau 10. Opportunités et menaces du tourisme à Nha Trang

Niveau	Opportunités	Menaces
<b>Niveau mondial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Déplacement du tourisme mondial vers l'Asie de l'Est et l'Asie du Sud-Est par rapport à l'Europe et à l'Amérique déjà saturés.</li> <li>- Avancement du projet de création d'un circuit commun des pays de l'ASEAN, nommé «trois nations, une destination».</li> <li>- Mise en place du réseau routier transasiatique facilitant la venue des résidents de l'Asie du Sud-Est.</li> <li>- Mise en place dans l'avenir de l'idée d'un marché commun de l'ASEAN et du visa commun réservé aux citoyens des pays membres de l'ASEAN.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fluctuations imprévues (catastrophes naturelles, épidémies, crise économique, baisse du niveau de vie en occident, etc.).</li> <li>- Concurrence internationale de plus en plus ardente (prix pour le voyage au Vietnam plus élevé que dans les autres pays voisins comme Thaïlande).</li> </ul>
<b>Niveau national</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prise en compte de l'importance du tourisme dans le développement économique national de la part du Parti Communiste du Vietnam.</li> <li>- Régime politique stable.</li> <li>- Amélioration de la vie matérielle et culturelle des Vietnamiens.</li> <li>- Augmentation de la durée de week-end facilitant l'augmentation des besoins touristiques chez les Vietnamiens.</li> <li>- Adhésion du Vietnam à l'OMC favorisant le développement de l'économie extérieure dont le tourisme.</li> <li>- Exemption du visa pour les citoyens de certains pays de l'ASEAN, du Japon, de l'Europe.</li> <li>- Ouverture des lignes aériennes du Vietnam vers les États-Unis, et la Corée du Sud.</li> <li>- Khanh Hoa classé comme un des dix grands centres touristiques du Vietnam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destination touristique saturée.</li> <li>- Destination faisant face à la rivalité des autres provinces balnéaires voisines comme Phu Yen, Binh Thuan, Ninh Thuan, etc.</li> </ul>
<b>Niveau local</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientation économique locale vers tourisme - services, industrie, agriculture.</li> <li>- Encouragement des autorités locales.</li> <li>- Accès facile.</li> <li>- Forte volonté de participer au développement touristique chez les résidents.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Disparition de certains villages de métiers traditionnels et de la culture maritime insulaire.</li> <li>- Explosion urbaine et constructions en béton.</li> <li>- Pollution des plages, des îles.</li> <li>- Absence de centres de sensibilisation de la population locale au tourisme ;</li> <li>- Manque d'implication de la population locale aux projets touristiques.</li> <li>- Privatisation des îles.</li> <li>- Baie de Nha Trang en voie de dégradation.</li> </ul>

Source : LE Thi My Binh (2011)

Pour concevoir le plan d'aménagement touristique de Nha Trang, nous choisirons la «stratégie de réseau» comme modèle (OCDE, 2001). Notre choix s'explique par le fait que

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Nha Trang possède de nombreux atouts en ressources touristiques qui, pris individuellement, peuvent ne pas suffire à attirer une masse critique de touristes, mais qui pourraient constituer un programme touristique attrayant s'ils étaient exploités et valorisés en réseau. Par exemple, on pourrait organiser des circuits touristiques reliant des sites historiques, des édifices culturels, des monuments, des vues panoramiques, des sentiers de randonnées, des zones écologiques. Conçus avec des dégustations de spécialités locales, des prestations d'hébergement, ces circuits touristiques auraient pour objectif de révéler de nouveaux centres d'intérêt de Nha Trang pour des touristes qui se contenteraient généralement de visiter un ou deux des sites les plus connus. Ce type de stratégie pourrait également favoriser la création de divers emplois : commerces locaux, restaurants, boutiques d'art, etc., et de concentrer tous les investissements budgétaires et humains nécessaires, ce qui n'est pas le cas en ce moment. Par rapport à ce dernier modèle (OCDE, 2001), nous le modifierons un peu en créant dans chaque réseau un point « clé » qui permettrait aux touristes d'avoir une idée claire du circuit qu'ils visiteront et aux autorités locales de mieux orienter leurs investissements financiers et humains qui représentent toujours leurs préoccupations majeures. En plus, le rôle des résidents sera mieux pris en compte : de celui des spectateurs comme dans le cas actuel à celui des initiateurs.

#### **6.1. Un plan d'aménagement touristique durable sur des bases socio-culturelles, favorisant un rééquilibrage terre-mer**

En partant des principes mentionnés ci-dessus, nous planifierons le tourisme à Nha Trang en quatre zones distinctes : protection de la biosphère, pratiques touristiques insulaires, tourisme fluvial et écotourisme (Cf. la carte 11). Cette différenciation permettrait de renforcer des atouts de chaque zone, de mieux concentrer des investissements financiers et personnels adaptés et surtout de répondre à la demande de différents types de touristes domestiques et internationaux, quels que soit leurs revenus.

**Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang**

Carte 11. Plan d'aménagement touristique de Nha Trang.



Source : Adaptation d'après le plan d'aménagement du territoire de la ville de Nha Trang et de sa baie en 2008 (Institut de l'architecture et de la planification urbaine et rurale)

Conception de LE Thi My Binh en 2011  
Réalisation de NGUYEN Thi Thanh Vinh en 2011

ECHELLE : 1/100.000

### **6.1.1. Le tourisme à Nha Trang, reconstitution des pratiques touristiques insulaires**

Nous proposons de répartir la baie de Nha Trang en deux zones en fonction de l'état des lieux, des pratiques touristiques actuelles proposées, des ressources humaines de chaque zone.

#### **Zone 1, protection de la biosphère**

Comme nous l'avons déjà signalé ci-dessus (Cf.6.1), malgré l'inexistence d'un plan d'aménagement touristique de la baie de Nha Trang, ce site est déjà très activement exploité dans un but touristique. Seules les côtes Est, Sud Est, Nord Est (Hon Tre), Dam Bay (Hon Tre) et Hon Mun, Hon Noc, de couleur mauve ne sont pas encore exploitées (Cf. la carte 8 ci-dessus). Cette zone est considérée comme «inexploitée» dans le sens où il n'y a pas encore de construction hôtelière mais en réalité la plongée pour observer les coraux est très fréquente à Hon Mun qui subit une dégradation croissante. Nous pensons qu'il ne faut pas développer le tourisme à tout prix. Chaque médaille a son revers : d'un côté la fréquentation touristique apporte une manne financière précieuse dont une partie peut servir au financement de la mise en valeur et de l'entretien des sites ; d'un autre côté, la fréquentation touristique accélère l'usure des sites (Caccommo, 2007 dans Vo, 2008). En plus, le secteur touristique est quelques fois commercialement risqué et instable, car il pourrait être touché par plusieurs éléments : épidémie, politique, climat, etc. Le fait de tout investir dans le tourisme n'est pas, à notre avis, le meilleur choix. En revanche, l'intégration du tourisme dans le développement des autres secteurs économiques constitue une des conditions majeures pour assurer la pérennité du développement touristique suivant en cela (Vellas, F. et Barioulet, H., 2001).

Nous remarquons également que parmi les raisons de recommander cette destination aux amis, les éléments naturels (belles plages, bon climat, soleil, etc.) et humains (population locale amicale et agréable) sont les plus abordés (Cf.4.3). Cette confiance met Nha Trang au défi de préserver ses atouts paysagers et climatiques ainsi que de maintenir l'hospitalité des populations locales. Ceci doit nous faire réfléchir : La dégradation actuelle des sites, très rapide et souvent irréversible, va entraîner à court ou moyen terme une dépréciation globale de la destination si rien n'est fait pour contrôler l'impact du développement sur l'environnement naturel et humain.

Face à ce constat, nous proposerons de faire de cet espace une zone de protection de la biosphère. Il s'agirait d'y limiter des pratiques touristiques, de les contrôler strictement qui

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

n'est pas en ce moment le cas. Par contre, on ne pourrait pas les interdire totalement, car cette zone abrite un grand nombre de récifs coraliens qui motive la venue de la plupart de touristes et surtout parce que les îliens auraient besoin du tourisme améliorer leurs conditions de vie.

En particulier, le point clé de ce circuit serait de faire de Bich Dam (Hòn Tre) un modèle d'écotourisme. Dans cette forme d'écologie, la communauté est l'acteur principal qui conçoit et fournit les pratiques d'écotourisme avec l'assistance des partenaires. Privilégiée dans la stratégie de développement du tourisme au Vietnam, l'écotourisme devrait contribuer à offrir des pratiques touristiques séduisantes répondant aux besoins du marché, à développer les communautés (Pham, 2009).

Néanmoins, le développement du tourisme lié à la mer devrait être accompagné de la préservation et la promotion de la culture maritime. Il nous semble que les autorités locales limiteraient au maximum l'exode de la population d'origine vers la terre ferme afin d'y développer des projets touristiques. Ce départ aurait une grande influence sur la vie des résidents, le budget de la Province et des investisseurs, avec pour conséquence le déclin des économies traditionnelles (Bouyer, C., Fortin, C., Lombard, N. et Simon, M., 2008), et en particulier, elle pourrait détruire la culture de la mer, liée depuis longtemps à la vie de la population côtière.

Nous choisirions Bich Dam (Hon Tre), car c'est un des anciens villages côtiers de la baie de Nha Trang avec environ 178 familles. Bich Dam possède des potentiels touristiques incontournables comme temple classé vestige historique au niveau provincial, phare, barrage de pierres, puits de fée, temple de la Dame, plage, pagode Son Tu, etc. Il ressort également des enquêtes que les résidents de cette île sont disposés à accueillir les touristes dans le cadre d'un accueil communautaire et de les faire participer aux diverses activités de l'île. En plus, depuis quelques années, avec le soutien de la Réserve de la baie de Nha Trang, ce sous-quartier insulaire est bien équipé en infrastructures comme le système de traitement de l'eau douce, les toilettes... Une vingtaine d'enfants îliens ont été envoyés pour faire leurs études hôtelières à l'école spécialisée Hoa Sua (Hanoi). Ils ont également appris à présenter des danses traditionnelles «Ho Ba Trao» aux touristes, et ont suivi quelques séances de formation sur la manière d'accueillir les touristes. Les femmes ont appris à fabriquer des rideaux en coquillages et à manier les bateaux-paniers pendant leur temps libre. Il faudrait donc éviter le

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

sous-emploi de ce personnel formé<sup>162</sup>, et renforcer les atouts paysagers et culturels existants, ce qui nous semble plus rentable et logique.

Plus précisément, nous proposerons d'appliquer les modèles de Koh Yao Noi (Thai Lan)<sup>163</sup> (APEC, 2006) et de Cu Lao Cham (Vietnam). Dans ces exemples, les prestations de service seraient partagées entre restauration, hébergement, loisirs, etc. Par exemple : un petit groupe de touristes (3 groupes/mois) logerait chez des familles de pêcheurs pendant quelques jours. Les autres familles assureraient la restauration, la découverte de la vie quotidienne ainsi que la visite des sites touristiques localisés à Bich Dam, etc. Les touristes pourraient également apprendre à faire la cuisine locale, à pêcher, à danser, etc. En revanche, ils devraient suivre quelques règles de l'île : interdiction d'abuser de l'alcool, tenue vestimentaire correcte, interdiction de ramasser des coquillages et des coraux, etc. Cette répartition des tâches serait intéressante et pratique, car ceci permettrait à plusieurs familles de participer en même temps à l'accueil des touristes en fonction de leur budget, de leur aptitude, de leurs préférences, de leur emploi du temps, etc. au lieu de tout concentrer sur une seule famille. Les bénéficiaires laisseraient 10% de recettes du tourisme au fond de développement de ce sous-quartier pour la réparation des routes, la construction de l'école, le soutien des familles en difficulté, etc. Côté des touristes, ils auraient l'occasion de faire davantage connaissance avec plusieurs catégories de résidents.

Nous insistons sur ces trois détails car les îliens pratiquent toujours leur activité principale : pêche, aquaculture, agriculture, etc. L'accueil des touristes se ferait seulement pendant la haute saison d'été. De plus, les autorités locales n'auraient pas de budget pour financer ce projet. Il faudrait que les pêcheurs contrôlent leur budget pour le suivi du projet.

#### **Zone 2, spécialisation de pratiques touristiques insulaires**

Privilegiée par la présence de la mer et surtout les îles, Nha Trang fait la différence avec d'autres villes côtières voisines comme Phu Yen, Ninh Thuan, Binh Thuan. Le tourisme balnéaire est apprécié, c'est dans cette direction que s'orientera le secteur touristique à Nha Trang dans les années à venir (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2009). D'après Origet du Cluzeau, C., Vicériat, P. (2009), cette

---

<sup>162</sup> Lors de nos entretiens auprès des îliens de ce sous-quartier en janvier 2010, ils souhaitent que leurs enfants trouvent un travail à la fin des études hôtelières à Ha Noi, car ils ne peuvent pas être concurrents avec les autres candidats vivant sur la côte.

<sup>163</sup> C'est un village de pêcheur traditionnel, situé à la baie de Phang Nga, près de Phuket et Krabi (Thailand).

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

tendance sera également mondiale quand le tourisme balnéaire sera classé au premier rang par l'OMT par ordre de fréquence des flux pour 2020. Au regard des infrastructures existantes, nous proposons de faire de la zone Sud-Ouest de la baie Nha Trang un centre de pratiques touristiques insulaires comme le montre la carte 11 (Cf. 6.1).

Ce circuit comprendrait Hon Mieu, Hon Tam, Hon Mot, Vung Ngan et une partie de la côte ouest (Hon Tre). Contrairement à la zone 1, cette dernière possède en ce moment toutes les infrastructures nécessaires à vocation touristique : «resorts» de luxe, plages artificielles, restaurants, centres de loisirs, etc. Les touristes peuvent y pratiquer des jeux nautiques, faire de la natation, observer des coraux en bateau à fond vitré, etc. En particulier, ici, tous les services peuvent répondre à la demande de plusieurs types de touristes : à ceux à forte capacité financière d'un budget limité.

Pour «renforcer» cette zone, nous choisirions Hon Mieu comme point clé, spécialisé dans l'achat des souvenirs de la mer, et dans la découverte de la vie quotidienne de pêcheurs en une journée, contrairement à Bich Dam (Hon Tre) où cette découverte serait programmée sur plusieurs jours. Notre choix s'explique par le fait que cette diversité de l'offre permettrait aux touristes de profiter à la fois de leur journée sur l'île et de leur soirée sur la côte. En ce moment, les agences de voyage proposent le même programme de visite qui n'est pas vraiment «rentable» que ce soit pour les touristes et les résidents. Du côté des touristes, à la fin de cette visite, ils ont de belles photos et de bonnes «impressions» des résidents. Du côté des résidents, ils sont contents de «voir» des touristes passer devant leur maison, de leur dire «hello». En revanche, leur rôle est tout à fait passif, juste pour «enrichir» le cadre de visite des touristes. Et en plus, leur revenu lié au tourisme reste instable et même en baisse comme nous disait un des restaurateurs «*Nous ne gagnons pas autant qu'autrefois, car il y a de nouveaux restaurants ailleurs. Les guides y emmènent des touristes. Ils ne reviennent plus nous voir*»<sup>164</sup>.

Nous pensons que la vraie signification du voyage ne s'arrête pas seulement aux salutations, aux belles photos mais aussi aux conversations humaines même si les échanges sont limités. Il ressort également des enquêtes que les résidents de cette île sont contents d'accueillir les touristes. Les îliens de Hon Mieu méritent de jouir davantage de leurs atouts naturels et culturels par l'intermédiaire du tourisme. La population de l'île est la plus

---

<sup>164</sup> Source : Entretien avec les restaurateurs de Hon Mieu en septembre 2009.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

nombreuse de la baie de Nha Trang (610 familles)<sup>165</sup>. Sauf un petit nombre de résidents travaillant pour le tourisme sous forme de conduite de bateaux-paniers (30 personnes) ou de restaurateurs (4 restaurants), la plupart d'entre eux sont pêcheurs et éleveurs de fruits de mer<sup>166</sup>. Aussi la mise en place immédiate du règlement 11/CT-UBND le 25 mars 2011 du Comité Populaire de Khanh Hoa concernant l'interdiction de la pêche et de l'élevage des fruits de mer dans la baie de Nha Trang (Cf.5.2.1), nous semble-t-elle inapplicable. Dans un premier temps, pour éviter une perte d'argent pour les pêcheurs et leur permettre de s'initier peu à peu au tourisme ou trouver d'autres activités<sup>167</sup>, on pourrait prendre des cages d'élevage de fruits de mer à but touristique selon l'envie de leurs propriétaires sous forme de pêche à la ligne ou de fourniture des fruits de mer aux restaurants. Après la fin du plan d'aménagement de pêche de Khanh Hoa en 2015, l'élevage des crevettes et la pêche ne seront plus les activités économiques principales. En plus, les résidents pourraient gagner leur vie en vendant des souvenirs faits en coquillages, ce qui est un des métiers traditionnels de ce sous-quartier.

Parallèlement à la conversion de cette zone en centre de pratiques touristiques insulaires, il serait strictement interdit de pratiquer des jeux nautiques à la plage de Nha Trang. Ces activités sont rentables pour les entreprises touristiques et pratiques pour les touristes. Par contre, elles deviennent des cauchemars pour des nageurs. Ceci a causé des accidents pour les baigneurs comme nous l'avons mentionné dans la partie sur la sécurité des touristes (Cf.4.2.4). Il importerait également d'installer des kiosques de sauvetage et des panneaux signalétiques.

#### **6.1.2. Tourisme à Nha Trang, ouverture accentuée des pratiques touristiques vers la terre**

Les changements de société font en sorte que le consommateur évolue et que ses goûts changent (MIT, 2011). Les consommateurs avisés possèdent un grand nombre d'attentes basées sur leurs désirs de consommation, sur la pléthore de nouveaux produits qui émergent constamment et sur la facilité d'accès à toutes sortes de données. En outre, les produits sont disponibles partout dans le monde. De nombreux sites proposent le meilleur, le moins cher, le plus original, le dernier cri, le plus tendance et font découvrir au consommateur une multitude

---

<sup>165</sup> Source : Comité Populaire du quartier Vinh Nguyen (Nha Trang) en janvier 2010.

<sup>166</sup> Source : Informations obtenues lors de l'entretien de Monsieur le directeur de la Réserve de la baie de Nha Trang en septembre 2011.

<sup>167</sup> Dans cette zone en question, on compte 610 familles à Hon Mieu, 60 familles à Hon Mot attendant leur déménagement pour un projet touristique et une vingtaine de familles à Vung Ngan (Hon Tre).



### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

de produits nouveaux ou améliorés (Laliberté, 2008)<sup>168</sup>. Dans un tel contexte, ceci sera vraiment un enjeu pour le tourisme à Nha Trang vis à vis des nouveaux concurrents voisins au Vietnam comme Binh Thuan, Ninh Thuan, Phu Yen, etc. et à l'étranger comme Thaïlande, Cambodge...

Comme déjà abordé, géographiquement Nha Trang est essentiellement caractérisée par la mer et la montagne. Le tourisme balnéaire devient une «marque» de Nha Trang. Par contre, cela n'empêcherait pas de créer d'autres pratiques touristiques vers la terre comme c'est le cas en Espagne, en France. Autrement dit, selon Vellas, F. et , Barioulet, H., (2001), la planification traditionnelle ne paraît plus adaptée, car elle consiste le plus souvent à choisir une ou des zones d'aménagement touristique concerté qui aboutissent en cas de réussite à une très forte concentration de touristes. La planification du développement touristique doit jouer un nouveau rôle : favoriser un développement touristique durable en répartissant les touristes dans l'espace et dans le temps afin d'éviter un rejet par les résidents. Ceci permettrait également de valoriser les atouts géographiques, les ressources naturelles et culturelles, les infrastructures existantes, de rechercher un équilibre permettant de renforcer et d'optimiser les différents pratiques touristiques (tourisme fluvial, tourisme littoral, tourisme vert, etc.)

L'autre tourisme proposé se baserait sur l'un des deux fleuves qui traversent la ville de Nha Trang : le fleuve «Cái». Il ne passe pas très loin du centre ville de Nha Trang. On peut y accéder facilement en bus. Comme nous l'avons déjà mentionné dans 2.1.6, les visites liées à ce fleuve sont pleines de charme mais peu développées. En plus, face au développement urbain de la ville de Nha Trang et à la construction actuelle d'un quai le long de ce fleuve, cette zone est complètement touchée par l'«extension urbaine»: disparition des rizières, diminution de l'artisanat traditionnel<sup>169</sup>, village de pêcheurs écarté et réduit<sup>170</sup>, villages agricoles urbanisés, etc. Dans l'avenir, si cette zone n'est pas planifiée, Nha Trang n'aura plus d'autres espaces terrestres pour attirer les touristes. Dans cette optique, il serait souhaitable de faire le long de ce réseau un tourisme fluvial avec comme point clé l'ancienne maison de M. Hai. Celui-ci projetterait de la transformer en «petit musée», conservatoire vivant de traditions comme certaines maisons françaises toujours habitées par leur propriétaire et ouvertes à la

---

<sup>168</sup><http://veilletourisme.ca/2008/08/22/pourquoi-les-clients-sont-ils-de-plus-en-plus-exigeants> consulté le 19.10.2010.

<sup>169</sup> Il reste seulement une famille qui fabrique des céramiques et trois fabricants des nattes.

<sup>170</sup> Un certain nombre de pêcheurs a été déménagé dans le quartier de réinstallation pour céder leur terrain lors de la construction du quai du fleuve «Cai».

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

visite (par exemple de la maison Folio à Salazie (Réunion – France)<sup>171</sup>. Notre choix s'explique par le fait que selon le Conseil de l'Europe (2005), les musées constituent un type de médiation que le touriste peut établir ou entretenir dans la relation à un lieu, en l'occurrence une ville. Sa seule présence peut largement contribuer à définir l'image que le touriste, habitant temporaire, se forge d'un lieu. Ils constituent parfois les seuls aperçus que le touriste peut avoir d'un site ou d'une ville, étant la destination ou l'étape privilégiée dans un déplacement touristique. Les musées occupent toujours une place majeure dans l'offre touristique.

A Nha Trang, en dehors des les musées spécialisés de l'Institut Pasteur et de l'Institut Océanographique, aucun musée n'est ouvert de façon permanente comme nous l'avons déjà signalé (Cf.2.1.2). Si la préservation du patrimoine culturel matériel et immatériel est délaissée par manque de budget ou de politiques adéquates des autorités locales, nous pensons que l'initiative privée comme celle de l'ancienne maison de M. Hai et «Nha Trang xua»<sup>172</sup> serait le meilleur moyen pour conserver et transmettre ces héritages ancestraux aux touristes et aux futures générations. Dans notre proposition, cette ancienne maison deviendrait le premier musée d'intérêt public initié par un privé, qui exposerait en situation des objets d'époque, qui présenterait certains métiers traditionnels qui risquent de disparaître comme la poterie ou le tissage des nattes. La mise en valeur de ces patrimoines culturels serait une occasion d'éveiller le sens de la curiosité, le besoin de recherche et de découverte chez les touristes en attendant la mise en place du musée municipal.

---

<sup>171</sup> Construite au 19e siècle à Hell Bourg, la maison Folio et son jardin ont été repris par la famille Folio. La visite de cette maison représente un véritable voyage dans le temps, à l'époque où les grandes familles créoles de l'île quittaient la chaleur du littoral pour se reposer dans la fraîcheur des Hauts dans de charmantes petites cases créoles au style raffiné. Le jardin symbolise « l'art de vivre créole » avec son guettai, sa fontaine et ses allées dallées de vieille pierre. L'une des dépendances abrite aujourd'hui une petite exposition d'objets usuels d'époque et d'artisanat du terroir. Inscrite à l'inventaire des monuments historiques du département, le propriétaire reçoit des milliers de visiteurs chaque année.

<sup>172</sup> Il s'agit d'un restaurant que sa propriétaire décore avec des objets anciens. Les plats et les boissons sont servis dans les ustensiles d'époque. Les serveurs s'habillent comme des agriculteurs d'autrefois.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Photographie 34. L'ancienne maison de M. Hai, un exemple de petit musée privé dans l'avenir.



Source : LE Thi My Binh (2011)

Lors de notre visite dans cette maison, bien que le propriétaire de ce lieu ne reçoive aucun soutien de la part des autorités locales et du secteur touristique, nous avons remarqué son grand effort dans le but de préserver son héritage culturel et de le présenter aux touristes<sup>173</sup>. On y trouve d'anciens objets en voie de disparition comme bidon en fer, moulin à riz, grand pilon, etc. Ses revenus viennent seulement de la vente de fruits<sup>174</sup> et des produits-souvenirs : foulards, petits sacs. Ces revenus semblent très limités par rapport à l'investissement financier du propriétaire. Notre projet de valorisation par le biais touristique viserait à atteindre un double objectif : sauvegarder la culture locale et élever les revenus du propriétaire grâce aux bénéfices dégagés par les pratiques touristiques mises en place dans cette ancienne maison.

Actuellement, des changements sont constatés dans les attentes des touristes. Outre les premières nécessités telles que manger, se reposer, se déplacer aisément, rencontrer d'autres personnes, les touristes éprouvent de plus en plus le désir d'être soignés, d'être servis et surtout d'avoir plus de contacts « directs » avec la communauté locale pour retourner à « l'authenticité », à la nature, à la tradition en cherchant de nouvelles sensations. Pour rendre la visite de l'ancienne maison de M. Hai plus attractive et donner aux touristes des images

<sup>173</sup> Il a lui-même financé la restauration de sa maison, fait construire une salle d'accueil, des WC.

<sup>174</sup> Au lieu de payer le billet d'entrée, les touristes acquittent leur assiette de fruit à moins d'un euro chacune. Les chauffeurs et les guides touristiques en consomment gratuitement.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

authentiques de la vie quotidienne, nous envisagerons de planifier une zone consacrée à un équivalent du «tourisme à la ferme» en France, vers l'Est (au quartier Vinh Trung) qui se trouve à proximité de l'ancienne maison de M. Hai.

Notre choix se base sur le fait que c'est l'endroit unique, peu éloigné du centre ville<sup>175</sup>, qui garde encore le caractère de paysages agricoles de Nha Trang : rizières, jardins potagers typiques de la campagne traditionnelle du Vietnam, montagnes, etc. De plus, on y trouve également un grand nombre de temples, de pagodes, classés au patrimoine historique et culturel provincial. Le niveau de vie des Vietnamiens s'améliorant, le besoin de détente, après une semaine de travail, augmente aussi. Et surtout, depuis quelques années, l'initiative «semestre militaire» est en ce moment très à la mode, recherché par les parents d'élèves en été<sup>176</sup>. Cette nouvelle offre touristique permettrait aux résidents, surtout aux jeunes, de bénéficier davantage du développement touristique conformément aux principes du développement durable ainsi qu'aux touristes de prolonger leur séjour à Nha Trang et d'éviter la surcharge de la baie de Nha Trang.

La deuxième pratique touristique «non maritime» est liée au fleuve «Quan Truong», au sud de la ville de Nha Trang. Contrairement au fleuve «Cai», celui de «Quan Truong» n'est pas encore touché par le tourisme. Les paysages y sont également différents. Il s'agit d'un paysage de casiers d'élevage de crevettes, de mangroves, avec un marché à poisson. Le point clé de cette zone serait le quartier Vinh Truong. Notre choix s'explique par le fait que ce dernier fait partie des quartiers ayant le plus grand nombre de résidents pauvres à Nha Trang depuis trois ans (Cf. annexe 4). La plupart des populations locales vivent de la pêche, de l'aquaculture, de la fabrication de fruits de mer, du commerce, du travail libre, etc. dont le revenu n'est pas stable, car il dépend largement de conditions climatiques, du budget initial de résidents<sup>177</sup>. Il serait intéressant de s'y initier au tourisme en exploitant ses atouts exceptionnels comme fabrication de «Nuoc mam»<sup>178</sup>, transmise de père en fils depuis plus de 300 ans ; villages de pêcheurs (Truong Hai, Truong Tho) spécialisés initialement à la pêche

---

<sup>175</sup> Il est à 8 kilomètres du centre ville de Nha Trang.

<sup>176</sup> Après une année scolaire, les parents d'élèves souhaitent envoyer leurs enfants en une activité appelée «semestre militaire». Il s'agit une activité extra- scolaire où les élèves ont l'occasion de faire connaissance avec d'autres élèves venant d'ailleurs. Pendant cette période (d'une à deux semaines), ils apprennent à «vivre» de façon autonome, à avoir la bonne attitude en cas de difficulté, ce qui n'est pas le cas dans leur vie de tous les jours. Très connue dans les grandes villes comme HCMV, Hanoi, Da Nang, etc., elle n'est pas encore mise en place à Nha Trang.

<sup>177</sup> Source : Informations obtenues lors de notre entretien auprès de Monsieur le vice-président du Comité populaire du quartier Vinh Truong le 22.12.2011

<sup>178</sup> Il s'agit d'une sauce de poisson, populaire dans tous les repas vietnamiens. C'est un des métiers traditionnels de Nha Trang qui se pratique essentiellement dans ce quartier.

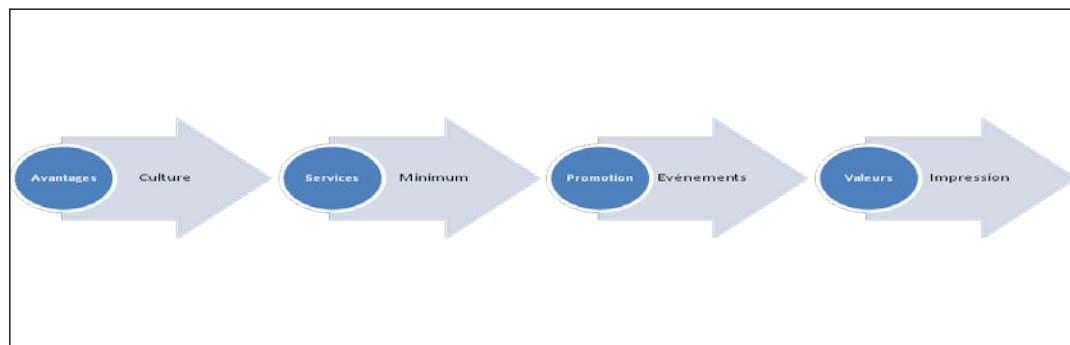
### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

traditionnelle de Nha Trang «Luoi dang»<sup>179</sup> ; port de pêche Cua Be<sup>180</sup> ainsi que temples, pagodes classés patrimoine provincial.

C'est également dans ce périmètre que se trouve la base révolutionnaire Dong Bo. Cet endroit était un site historique et révolutionnaire de Nha Trang dans la résistance contre les forces américaines. De nos jours, dans un but de développement économique, cette zone est utilisée pour l'agriculture et l'aquaculture. Cependant, cette base pourrait devenir un site touristique intéressant sur les plans historique, écologique et environnemental pour compléter la visite du fleuve de «Quan Truong» en bateau.

Nos deux propositions liées aux fleuves «Cai» et «Quan Truong» se basent sur le modèle basé sur les valeurs culturelles (Huynh, 2009).

Schéma 2. Modèle basé sur les valeurs culturelles.



Source : HUYNH Van Thong (2009)

Selon ce modèle, nous pourrions commencer à concevoir des pratiques touristiques à partir des avantages culturelles du site (par exemple : les itinéraires ayant un rapport avec des patrimoines historiques, la gastronomie locale, la danse traditionnelle, etc.). Il importerait de garder l'état initial du site, ce qui n'est pas toujours le cas au Vietnam, d'introduire des services indispensables minimums (restaurations, hébergements, loisirs, etc.), de promouvoir ces pratiques touristiques en insistant sur leur originalité événementielle. Ce modèle permettrait de limiter au maximum les investissements budgétaires sans dénaturer des paysages. L'originalité de l'offre touristique serait ainsi une valeur ajoutée qui fidéliserait les touristes.

179 «Luoi Dang» est un instrument de pêche fixé, c'est-à-dire qu'il attend l'arrivée des poissons. On pêche à des endroits déterminés que l'on nomme «marais». Le but de ce type de pêche est de pêcher des groupes de poissons migrateurs suivant les saisons. Cette pêche est très aléatoire. En effet, selon que les groupes de poissons s'approchent ou s'éloignent des côtes, selon les saisons et l'abondance de la nourriture, on attrape plus ou moins de poisson. «Luoi Dang» est une pêche qui se pratique depuis plus de 250 ans.

180 Il s'agit d'un de trois ports de pêche existants de Nha Trang.

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Plus précisément, il s'agit d'activités agricoles et aquacoles spécialement aménagées et qui sont proposées par des agriculteurs pour accueillir des personnes de tous âges, en groupe ou individuellement, dans le but d'offrir aux visiteurs des possibilités de restauration, d'hébergement ou de loisirs sur place ou à proximité immédiate. En particulier, cette formule pourrait concerner particulièrement les groupes d'élèves et d'étudiants dans le cadre de leur activité scolaire ou extra-scolaire. Cette activité leur permettrait de mieux connaître les différentes localités de la ville, contribuerait à les sensibiliser à la protection de l'environnement naturel et social chez les jeunes provinciaux de Nha Trang et ceux qui viennent d'autres provinces pour les habituer au travail et aux activités de groupe.

Il importerait d'éviter à tout prix la construction hôtelière qui est déjà saturée à Nha Trang. Les visiteurs logeraient chez les populations locales ou bien y passeraient la journée. Les produits principaux servant à la composition des repas devraient provenir exclusivement de l'exploitation locale. Les boissons de type industriel comme bière, coca-cola, 7 up, etc. seraient à proscrire, car ils font partie des boissons de tout le monde.

#### **6.2. Gouvernance efficace, meilleure décentralisation**

La réussite du plan d'aménagement touristique proposé nécessiterait un solide engagement des autorités locales ainsi qu'une mise en place de politiques touristiques adéquates. Parmi les politiques touristiques promulguées par les autorités locales, nous partageons l'accent mis sur celles de décentralisations de pouvoir, de formation de ressources humaines, de la construction d'infrastructures obéissant aux règles de durabilité ainsi que de l'encouragement de l'initiative privé.

##### **6.2.1. Politique de décentralisation des prises de décisions et d'incitation à un partenariat public et privé**

Notre plan d'aménagement touristique de Nha Trang proposé toucherait un grand nombre de pratiques touristiques ainsi que d'institutions publiques et privées. La concentration du pouvoir et des compétences touristiques au niveau provincial nous semblerait de nature à rendre difficile la maîtrise de tous les détails possibles du développement touristique de Nha Trang. Il serait plus pertinent de déléguer un nombre important de pouvoirs et de compétences au niveau municipal (Comité municipal du Parti,

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Conseil populaire et Comité populaire de Nha Trang). Ils verraient leur rôle se transformer : au-delà des simples fonctions de surveillance et d'exécution, ils auraient désormais un rôle actif de planification et de soutien à l'innovation locale. Nous insisterions spécialement sur le rôle de la Réserve de la baie de Nha Trang. Initialement financée par les organismes étrangers, cette Réserve était bien «équipée» sur deux plans matériels et humains. Elle a souvent effectué des actions précises et efficaces auprès des îliens comme nous l'avons souligné (Cf. 5.1.5). En ce moment, ces actions sont malheureusement en suspens par manque de financement. Ne pas donner suite à de tels projets, initialement soutenus par les organismes internationaux, représente un coûteux gaspillage.

Notre plan d'aménagement touristique de Nha Trang proposé envisagerait des pratiques touristiques, assurées par des agriculteurs et des pêcheurs. Une des principales difficultés consisterait dans le manque d'organismes qui pourraient promouvoir leurs produits touristiques, tant au niveau national qu'au niveau local. Par manque de niveau scolaire, de moyens financiers, de contacts professionnels, ils auraient du mal à présenter directement leurs produits aux touristes. Le fait de passer par les agences de voyage rendrait leurs affaires moins rentables, car ils devraient payer des commissions importantes. Et ceci ne leur permettrait jamais d'être autonomes. Nous pensons que cela est une des raisons pour lesquelles le «tourisme communautaire» a encore un long chemin à parcourir avant d'être opérationnel au Vietnam.

Les nombreux problèmes soulevés par les agriculteurs et les pêcheurs pourraient être résolus par l'intermédiaire des Associations telles que l'Association des agriculteurs, celle des pêcheurs, en particulier celle du tourisme de Khanh Hoa qui les représenterait, en leur offrant un appui, tant du point de vue administratif qu'au niveau de la promotion. Il serait intéressant de mieux répartir les responsabilités liées à la promotion touristique entre le Centre de promotion touristique et l'Association du tourisme de Khanh Hoa. Précisément, ce Centre réaliserait des opérations promotionnelles à l'extérieur de la Province comme dans le cas des Comités Départementaux du Tourisme (CDT) en France. Tandis que l'Association en question assurerait le fonctionnement de l'«Office de tourisme» de Nha Trang. Cette répartition atteindrait un double objectif : diminuer la surcharge de travail du Centre de promotion touristique et renforcer le rôle des initiatives privées. Ce mode de fonctionnement devrait permettre de faciliter le séjour des touristes, de leur donner confiance car ils pourraient recevoir des renseignements variés et précis, de créer un milieu commercial sain et de donner la chance à tous les acteurs privés, ceux qui voudrait présenter leurs produits à la clientèle, etc.

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

Cet office de tourisme pourrait fonctionner comme prescripteurs et coordinateurs de l'activité touristique à l'exemple de celui du pays de Vannes (France) que nous le prenons comme modèle<sup>181</sup> dont les ressources financières viendraient des subventions des collectivités locales ainsi que de la cotisation des adhérents. Il importerait d'exempter de ces frais les agriculteurs et les pêcheurs. Au niveau financier, ce statut associatif résoudrait quelques fois le problème financier qui serait toujours une des préoccupations des autorités locales et des entreprises touristiques. La relative autonomie de la structure associative est souvent considérée comme un avantage, lui donnant un certain recul par rapport à la municipalité pour mettre en œuvre ses idées. Tous les secteurs de l'activité économique locale y participeraient. Cela permettrait également une large concertation, une meilleure connaissance des partenaires et une meilleure gestion sur le plan qualité. Le caractère associatif favoriserait l'émergence d'un volontariat actif et bénévole. Cette mobilisation de la population augmenterait l'efficacité des actions et ferait des résidents de la ville ses premiers ambassadeurs et animateurs. Aucune planification ne serait possible sans information.

Considérée comme un autre aspect important de la maîtrise du développement touristique, on peut la recueillir par le biais d'enquêtes, d'essais, d'exercices de collecte de données, d'échanges d'expériences et de diverses autres formes de recherches (Ellul, A. 1996). L'office de tourisme de Nha Trang, tenu par l'Association de tourisme de Khanh Hoa, serait une source d'informations incontournables permettant aux autorités locales de tenir compte des perceptions des touristes, de modifier certains détails du plan d'aménagement touristique si nécessaire. Les autorités locales par l'intermédiaire de l'Association du tourisme de Khanh Hoa, encourageraient les entreprises touristiques à se «spécialiser» dans leurs activités de commerce pour éviter que tout le monde fasse la même chose. Par exemple : pour les entreprises que nous nommons A et B, elles devraient se spécialiser dans l'organisation des visites sur les îles; les entreprises C, D, E celles à la campagne ; les entreprises F, I, J dans les visites culturelles incluant les visites historiques et archéologiques, la rencontre avec les minorités ethniques à Khánh Sơn, Khánh Vĩnh. Cette spécialisation demanderait aux entrepreneurs d'investir plus de temps et d'argent pour bien concevoir leurs produits

---

<sup>181</sup> Etant un OT de trois étoiles, celui du Pays de Vannes (France) est une association régie par la loi de 1901. En plus des missions ordinaires des autres offices de tourisme : accueil, information touristique, promotion, prestation de services et de produits touristiques (gratuit ou payant) auprès des visiteurs et de la population locale, l'OT du Pays de Vannes a également un rôle de prescripteur et de coordinateur de l'action touristique. Plus précisément, il étudie les mesures visant à accroître les pratiques touristiques, à les mettre en œuvre et à les réaliser. Il contribue, en liaison avec les collectivités publiques et privées ainsi qu'avec les différents organes de la Fédération Nationale des Offices de tourisme et Syndicat d'Initiatives, à la défense et à la mise en valeur des richesses naturelles et monumentales. De plus, il participe activement au développement et au rayonnement de la Communauté d'Agglomération du Pays de Vannes en créant d'autres points I saisonniers respectant une charte d'accueil.



### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

touristiques, éviterait les ressemblances, créerait en même temps une concurrence saine entre les entrepreneurs et contribuerait à diversifier les pratiques touristiques locales.

Jouant le rôle intermédiaire entre autorités locales et entreprises touristiques, l'Association du tourisme de Khanh Hoa pourrait également décerner le label d'hôtel écologique à ceux qui répondent aux critères nationaux de qualité de l'environnement et de cette façon éveiller chez les propriétaires des services d'hébergement le sens de leur responsabilité dans la protection des milieux de vie. Elle pourrait également conseiller les entrepreneurs pour déposer des brevets, mettre leur logo sur leurs produits afin d'éviter les «vols» d'idées, les imitations de moindre qualité et à tous prix. Ces actions malhonnêtes provoquent des difficultés dans le contrôle de qualité des produits, nuisent à la confiance des clients et n'incitent pas les entrepreneurs à être sérieux et créatifs dans leurs affaires.

#### **6.2.2. Politique de formation de personnel professionnalisée et permanente**

Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre 4 concernant la satisfaction des touristes, le personnel du secteur touristique à Nha Trang connaît à la fois un surnombre en quantité et un manque de qualité. Pour résoudre ces problèmes, l'importance de la ressource humaine dans le secteur touristique devrait être prise en considération non seulement au niveau privé (entreprises touristiques) mais aussi au niveau étatique (Service de la Culture, des Sports et du Tourisme, Comité populaire de la ville de Nha Trang et celui de la province de Khanh Hoa). Classé au premier rang dans l'orientation économique de Nha Trang, le tourisme est une activité importante et rentable. Il serait urgent de nommer un responsable spécialement au tourisme au niveau provincial ayant été formé dans le tourisme et possédant de larges connaissances dans ce domaine, avec mission de se spécialiser dans la gestion et planification touristique pour éviter que tous les dirigeants pourraient prendre des décisions concernant les orientations de développement touristique dans les années à venir, le développement des produits touristiques, la formations de ressources humaines, etc.

Il serait nécessaire aussi de recenser le plus en détail possible le personnel existant, sa qualification, les besoins en ressources humaines dans les années à venir (restaurations, chambres, réceptionnistes, guides touristiques, etc.) ainsi que le contenu de formation (langues étrangères, compétences professionnelles, psychologie de la clientèle, etc.). Ce travail, établi en amont, serait urgent et obligatoire pour permettre aux établissements de formation touristique et aux entreprises touristiques d'avoir une vision globale à ce sujet. Et

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

ils auraient par la suite leur propre planning de formation de ressources humaines. Lors de nos enquêtes auprès des touristes, on a vu qu'un grand nombre de chauffeurs de taxi sont pointés du doigt. C'est le signe que notre conception de la formation est incomplète lorsqu'elle se concentre essentiellement sur la formation du personnel travaillant dans les hôtels et les restaurants. La formation de ceux qui travaillent dans les transports et les centres de loisirs est tout à fait négligée.

Notre deuxième proposition porterait sur la formation des ressources humaines proprement dites. Actuellement, les écoles de formation rencontrent beaucoup de difficultés, faute de centres de pratiques professionnelles bien équipés. D'ailleurs, la durée des stages en entreprise n'est pas suffisante (cinq semaines pour trois ans d'études), les cours, portant essentiellement sur la théorie, s'éloignent de la réalité des entreprises. Etant donné les possibilités budgétaires limitées des autorités locales, il serait recommandé de créer un partenariat de formation entre l'entrepreneur et l'établissement scolaire. Précisément, l'entrepreneur assurerait certaines séances de formation thématique dans l'établissement (rencontre avec les étudiants, discussion sur l'entreprise, critères de recrutement, etc.). L'établissement scolaire enverrait fréquemment ses étudiants dans l'entreprise pour la pratique professionnelle. Les étudiants, accompagnés par le personnel de l'entreprise, pourraient effectuer des tâches simples qui ne demanderaient pas un haut niveau professionnel. Le personnel de l'entreprise leur apprendrait les détails du travail, ce qu'ils n'acquièrent sans doute pas à l'école. Ces activités pratiques permettraient aux étudiants de se trouver au contact direct des clients pour les aider à diminuer leur stress lors du contact réel, surtout avec les touristes internationaux. Ce genre de collaboration permettrait à l'entrepreneur de réduire le budget de reformation de personnel après son recrutement comme nous avons souligné dans le chapitre 4 et aiderait l'établissement de formation à améliorer le niveau des étudiants.

Nous mettrions l'accent sur des formations «d'initiation au tourisme» pour des agriculteurs et des pêcheurs. L'«initiative» touristique ouvrirait de nouvelles perspectives pour eux, permettant un revenu complémentaire de l'activité principale. Il ne serait pas facile pour les agriculteurs de travailler dans le secteur touristique par manque de compétences professionnelles et de langues étrangères. Ces lacunes les mettraient dans une autre difficulté. Par rapport aux étudiants, nous suggérerions des formations de base, plus simples et plus concrètes. Il s'agirait de petits stages, organisés de façon permanente, dans lesquels ils se

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

renseigneraient sur les conditions d'hygiène, l'accueil des touristes... Pour assurer ces formations, nous compterions également sur l'Association du tourisme de Khanh Hoa.

#### **6.2.3. Politique d'investissements des infrastructures durables, adaptées à chaque zone**

Les dépenses d'infrastructures du secteur touristique constituent la charge la plus lourde pour le budget des pays en voie de développement en raison de l'absence ou de l'insuffisance des financements nationaux. Selon Vellas (2001), ces investissements concernent des infrastructures de base (eau, électricité, gaz, ports, quais, etc.), de transports (aéroports, routiers...), de communications (téléphone, Internet...), de santé (hôpitaux, services de sauvetage...), de l'environnement (traitement de déchets, des eaux usées), etc. En plus, pour être compétitif, les pays en développement doivent fournir aux touristes internationaux des équipements et des services qui leur conviennent, c'est-à-dire comparables à ceux des pays industrialisés. Il faut prévoir également que ces équipements et services pourront servir le plus largement possible à la population locale et contribuer à l'élévation de son niveau de vie.

Depuis des années, les autorités locales de Nha Trang ont beaucoup investi dans la construction des infrastructures servant au tourisme (routes, eau, électricité, etc.). Par contre, ces investissements seraient plus efficaces s'ils répondent bien à l'usage de chaque zone. Par exemple, pour la zone des pratiques touristiques insulaires (Cf. la carte 11 ci-dessus), on aurait prioritairement besoin de quais pour l'amarrage des bateaux de tourisme, de machines de ramassage des déchets et des ordures ménagères, des WC automatiques, de services de contrôles des règles de sécurité et de secours destinés aux activités de plongée à Hon Mun (zone de protection de la biosphère).

#### **6.2.4. Politiques de l'encouragement de l'initiative privée**

Le développement touristique est le fait essentiellement de l'initiative privée gérant les infrastructures nécessaires au tourisme (hôtels, restaurants, attractions, organisations des circuits, etc.) et de l'Etat assurant en la matière des fonctions de planification, de diffusion commerciale des produits touristiques, de respects des normes ainsi de la fourniture d'infrastructures requises (Ellul, A.1996). En dehors des investissements adaptés à chaque zone ci-dessus (Cf 6.2.3), il semblerait nécessaire de mettre en place des politiques concrètes pour encourager les initiatives privées à mieux participer à mettre en tourisme de patrimoines culturels et de sites touristiques comme anciennes maisons, temples et pagodes, villages de

### *Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang*

pêcheurs, villages d'artisanat, etc. en cherchant à rentabiliser au maximum leur investissement.

Ces politiques atteindraient un double objectif : diminuer le coût d'investissement de l'Etat en accordant aux particuliers en contrepartie des avantages (réduction d'impôts, prise en charge de la formation du personnel, promotion des produits touristiques, etc.) et les motiver afin d'éviter qu'ils « tournent le dos » au développement touristique à Nha Trang comme nous disait la femme du propriétaire de l'ancienne maison de M. Hai « *Nous avons dépensé beaucoup d'argent pour entretenir cette maison dans le but de conserver l'héritage de nos ancêtres et de la faire connaître aux touristes. Nous ne recevons aucune subvention de la part des autorités locales malgré que nous en ayons demandé plusieurs fois. Un jour, si notre budget ne le permettra plus, nous la fermerons* »<sup>182</sup> ou bien comme l'ont fait certains propriétaires de « maisons-jardins » de Hue (Vietnam) par exemple<sup>183</sup>.

Une politique d'encouragement de l'initiative privée nous paraît particulièrement importante. Elle concernerait plus particulièrement les petits vendeurs. Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction générale, au Vietnam, en plus leur métier principal, les populations locales ont très souvent un autre métier à mi-temps pour mieux gagner leur vie. Lors du dépouillement des questionnaires auprès des résidents, nous avons fait une analyse croisée concernant le rapport entre leur métier principal et leurs activités économiques supplémentaires en lien avec le tourisme. Les résultats montrent que parmi les populations locales interviewées, un peu plus d'un quart (28%) de personnes ont des activités économiques supplémentaires en lien avec le tourisme. Parmi ces 28%, seulement un faible pourcentage de fonctionnaires (5%), d'ouvriers (6.4%) et de retraités (9.9 %) pratique des activités économiques secondaires liées au tourisme. Les chiffres sont beaucoup plus élevés chez d'autres métiers tels que vendeurs (31.2%), pêcheurs (22%) et autres, travailleurs indépendants : réparateurs de scooters, étudiants, femmes de ménage, coiffeurs, chômeurs, couturiers, menuisiers, etc. (25.5%) comme le montre le graphique 38 ci-joint.

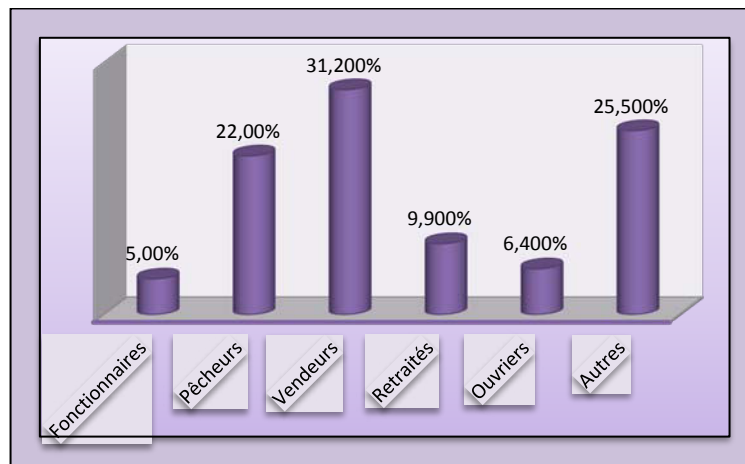
---

<sup>182</sup> Entretien avec la femme du propriétaire de l'ancienne maison de M. Hai en janvier 2011.

<sup>183</sup> Même si la visite de « maisons-jardins » de Hue fait partie de programmes de visite proposés par les agences de voyage, les propriétaires de ces maisons refusent d'accueillir des touristes, car ils ne reçoivent aucun soutien de l'Etat et ils ne touchent rien de la part des agences de voyage (Trung Viet, 2011) dans « Bao Phu nu TP Ho Chi Minh » le 23 novembre 2011.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 38. Rapport entre le métier principal des résidents et leurs activités économiques supplémentaires en lien avec le tourisme.

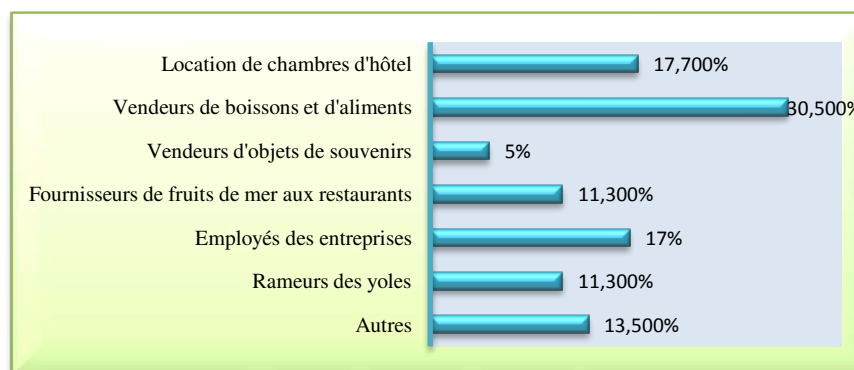


Source : LE Thi My Binh (2010)

Ce résultat est tout à fait logique, car ayant un salaire fixe, les fonctionnaires, les ouvriers et les retraités ont moins besoin d'augmenter leurs revenus à l'aide d'activités supplémentaires comme tourisme. Les activités économiques en lien avec le tourisme sont donc plutôt pratiquées par les personnes ayant de métiers «libres» (vendeurs, chauffeurs de scooters, coiffeurs, etc.) dont les revenus sont très variables et qui dépendraient quelques fois de politiques des autorités locales.

De plus, nous constatons également que les activités économiques en lien avec le tourisme les plus pratiquées se concentrent essentiellement sur la vente des boissons et des aliments (30,5%), la location des chambres d'hôtel ne représentant que 17,7% des activités et l'emploi dans les entreprises touristiques 17%. L'activité la moins pratiquée est la vente des objets de produits-souvenir (5%) comme le montre le graphique suivant.

Graphique 39. Activités économiques liées au tourisme auxquelles participant les résidents en pourcentage.



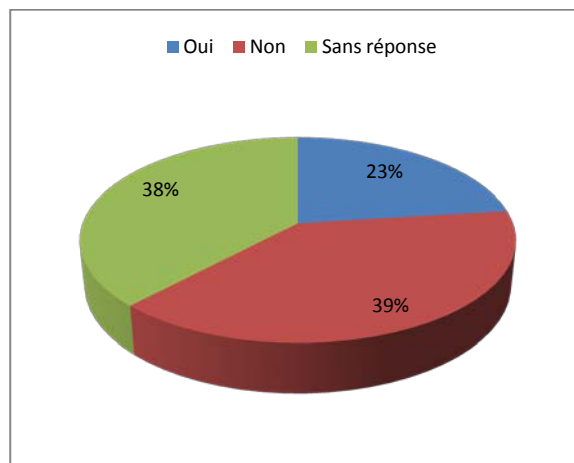
Source : LE Thi My Binh (2010)

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

Les resultants des deux graphiques 38 et 39 ci-dessus montrent bien l'importance de l'activité de «vente», surtout celle de boissons et d'aliments chez les résidents. Ceci est dû sans doute à la spécificité des modes de restauration à Nha Trang, dominée par les établissements de 3ème type (échoppes ambulantes, de statut informel et sans licence) comme mentionné ci-dessus (Cf.2.3.2). De toute façon, les autorités locales ne peuvent pas les chasser, car les vendeurs ambulants pourraient se déplacer d'un endroit à l'autre pour continuer à vendre leurs produits alimentaires ou leurs produits-souvenirs. Au lieu de les empêcher d'exercer leur activité sous prétexte qu'elle est «illégale», les autorités locales pourraient aménager les zones de vente ambulante exonérées d'impôts. En contrepartie, les bénéficiaires seraient incités par exemple à ramasser des ordures, à se comporter correctement avec des touristes. Cette politique donnerait une chance de gagner leur vie aux résidents qui sont souvent pauvres et ne peuvent pas trouver d'autres métiers stables. Ces zones permettraient en outre de mettre ces activités commerciales sous contrôle de l'État, d'assurer les conditions d'hygiène alimentaires ainsi que d'améliorer la sécurité des touristes.

Une autre politique relative à l'initiative privée concernerait les artisans locaux. Comme nous avons mentionné dans 2.2, les produits-souvenirs de Nha Trang manquent d'originalité. La plupart d'entre eux viennent d'autres provinces. Il regrette d'apprendre que seulement presque un quart de PME touristiques s'est servis des produits artisanaux locaux comme le montre le graphique 40 ci-dessous.

Graphique 40. Produits artisanaux mises à consommation par les PME locales.



Source : VO SANG ( 2010)

Ayant des artisans qualifiés, des matières premières abondantes sur place, des produits artisanaux exportés à l'étranger (Phan, 2005), ce résultat semble un «gaspillage» dans le sens où on ne profite pas assez de «potentiel local» pour enrichir les résidents, diversifier l'offre

### ***Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang***

touristique, renforcer de métiers traditionnels en voie de disparition, faire connaître davantage des «spécialités artisanaux» aux touristes, etc. Pour améliorer ce problème, «*Il nécessite seulement un levier des autorités locales*»<sup>184</sup> qui vise à promulguer de politiques adéquates précisant la mission explicite de chaque institution étatique et association privée, à prêter de l'argent aux résidents concernés, à former de successeurs, à réduire de l'impôt, etc.

#### **6.2.5. Politique de sensibilisation des résidents au tourisme**

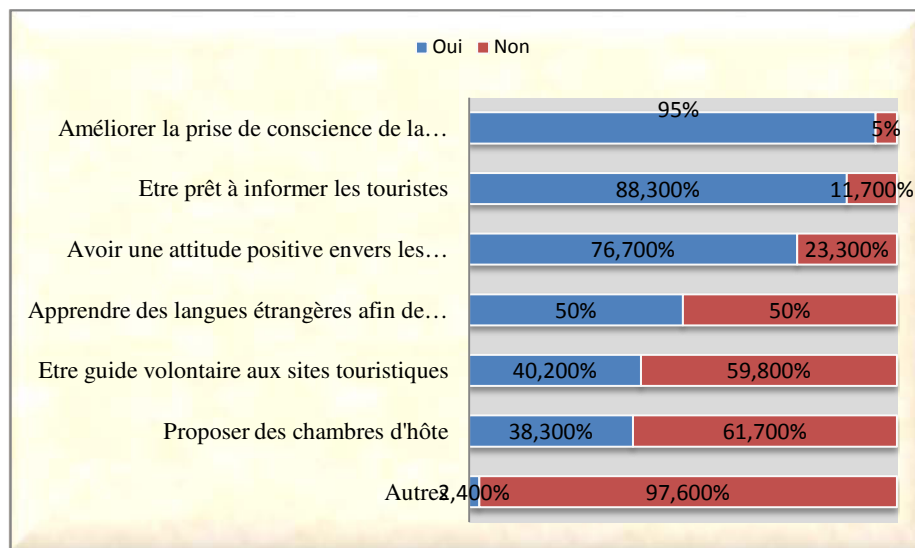
Parmi les faiblesses du tourisme de Nha Trang (Khanh Hoa) selon les entreprises touristiques interrogées, la prise de conscience des résidents était au premier rang (Cf.2.2). Cette conclusion nous semble préoccupante, car la population locale peut s'avérer être un atout formidable pour le développement touristique local. Donc il serait intéressant de réveiller toutes les bonnes volontés de nos résidents lors de notre étude. Plus précisément, presque la totalité des personnes interrogées accepte d'améliorer la prise de conscience de la protection de l'environnement (ne pas jeter des ordures, planter des arbres, ne pas arracher de coraux). Plus de trois quart sont prêts à informer les touristes (chemin, marché, poste, centre touristique, etc.). Avoir une attitude positive envers les touristes est de 76.7%. 40.2% pensent qu'ils peuvent être guides volontaires sur les sites touristiques. La moitié d'entre eux est prête à apprendre de langues étrangères afin de faciliter la communication avec les touristes. 38.3% proposent des chambres d'hôtes. Les autres personnes interviewés pensent qu'ils peuvent contribuer au développement touristique local en faisant des poésies pour faire connaître Nha Trang aux touristes, en étudiant la culture et l'histoire du pays avec leurs proches et en les expliquant aux touristes si nécessaire, en leur parlant en bien du pays, en encourageant les autres résidents à embellir la ville comme le montre ce graphique ci-dessous.

---

<sup>184</sup> Source : Information obtenue lors de notre entretien auprès de l'ex-directeur du Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa le 20 septembre 2009.

### Partie 3 : Gouvernance et perspective pour un tourisme socio-culturel durable à Nha Trang

Graphique 41. Activités auxquelles la population locale pourrait participer pour développer le tourisme à Nha Trang.



Source : LE Thi My Binh (2010)

La «prise en conscience» des résidents vis-à-vis du développement touristique est la plus importante dans un pays en voie de développement comme le Vietnam, car mieux que d'autres, les populations résidentes connaissent et comprennent leur espace de vie. Elles prennent également plus de responsabilités pour préserver le patrimoine du pays afin de le transmettre aux futures générations. En devenant des «ambassadeurs locaux», elles contribuent à créer une atmosphère de confiance et de convivialité, à établir une conduite adéquate. Ceci est forcément incontournable pour la durabilité du tourisme à Nha Trang.

La valorisation d'un patrimoine n'est pas un processus qui découle automatiquement de la mise en exposition de ce dernier. Il s'agit d'un phénomène plus complexe qui nécessite non seulement l'aménagement et la promotion touristique des lieux, qui sont des démarches propres à l'exposition, mais aussi et surtout la sensibilisation de la population locale et son implication dans la conservation et le maintien de ce patrimoine (Doumit, 2007). Pour rendre les missions de sensibilisation de résidents efficace, il importe, du côté des autorités locales, de faire connaître des politiques touristiques de façon continue au public plus large, de susciter la fierté de résidents ainsi que leur responsabilité vis-à-vis du développement touristique local, de tenir compte davantage leur participation. Pour ce faire, le rôle des organisations de masse et celle des mouvements associatifs sectoriels est primordial mais nécessite une réforme administrative profonde.



### **Conclusion de la troisième partie**

Le secteur touristique fait une percée remarquable dans l'économie de la province de Khanh Hoa et la ville de Nha Trang. Ceci est le résultat d'une transformation globale du Vietnam, territoriale et sociale tout spécialement (Peyvel, 2009), d'une grande motivation des autorités locales qui encadrent de manière volontaire le développement touristique, en considérant le tourisme comme un secteur économique prioritaire du pays, en produisant un dispositif juridique adapté, en construisant des infrastructures. L'Etat intervient toujours dans les orientations du développement touristique de l'échelle nationale à l'échelle locale. Il y va de sa réputation et de sa responsabilité.

Il paraît cependant que les efforts des autorités locales ne peuvent pas se traduire pour l'instant par un développement durable. Ces lacunes résultent d'une décentralisation de pouvoir insuffisante, de l'absence d'une politique touristique adéquate et pérenne, du manque de concertation entre les parties prenantes, de l'absence de précision sur les responsabilités de chacun. L'absence d'une gouvernance efficace se manifeste à travers les difficultés dans la gestion étatique du secteur touristique, la surexploitation des ressources touristiques naturelles, la destruction du patrimoine culturel, le rôle «flou» des acteurs privés dans l'implantation des projets touristiques à Nha Trang. Les procédures administratives complexes s'ajoutent à la persistance des pratiques individualistes des acteurs privés, ce qui explique que le développement touristique soit spontané et parfois incontrôlé, à l'inverse de ce que l'on entend par «durable».

Notre travail se veut juste une petite contribution. Nous n'avons pas l'ambition de «changer» le monde dans un court temps. Nos propositions portent essentiellement sur la conception du plan d'aménagement touristique de la baie de Nha Trang ainsi que de sa ville et sur la gouvernance qui facilite la mise en place du plan d'aménagement touristique proposé. Nous suggérons de renforcer un rééquilibrage terre-mer en construisant une «stratégie de réseau». Cette tactique permet de répartir des flux de touristes à la fois vers la baie de Nha Trang et la terre, de mieux concentrer les investissements matériels et humains et surtout de mieux «positionner» les pratiques touristiques. Ceci donne aux touristes l'impression de la nouveauté des pratiques touristiques. Pour aboutir à notre plan d'aménagement touristique de Nha Trang, il importe de décentraliser des prises de décision, d'inciter davantage à un partenariat public et privé et surtout de promulguer de politiques touristiques adaptées comme celle qui proposerait une formation professionnalisée et permanente, réservée aux personnels dans le secteur touristique et aux résidents concernés.

**CONCLUSION GÉNÉRALE**

## ***Conclusion générale***

Tout progrès, toute nouvelle observation, toute pensée, toute création, semble créer (avec une lumière) une zone d'ombre. Toute science crée une nouvelle ignorance. Tout conscient, un nouvel inconscient. Tout apport nouveau crée un nouveau néant. Lecteur, tu tiens donc ici, comme il arrive souvent, un livre que n'a pas fait l'auteur, quoiqu'un monde y ait participé. Et qu'importe ? Signes, symboles, élans, chutes, départs, rapports, discordances, tout y est pour rebondir, pour chercher, pour plus loin, pour autre chose. »

H. Michaux, Plume (2000) dans Peyvel (2009)

Connu par le climat tempéré et la beauté de sa baie, Nha Trang, préfecture de la province de Khanh Hoa, témoigne d'une tradition touristique centenaire. Cette ville côtière est devenue en ce moment une des destinations prioritaires du Vietnam. Cependant, suite au surdéveloppement touristique à Nha Trang, nous avons retenu certains problèmes marquants : l'exode des îliens, le manque de personnel compétent au tourisme, l'implication insuffisante des acteurs privés dans les politiques de développement touristique, la surexploitation de la baie de Nha Trang et la diminution du nombre de touristes internationaux. Ces effets négatifs semblaient être confrontés aux principes du tourisme durable qui est une préoccupation majeure non seulement dans le monde mais aussi au Vietnam. Dans cette optique, la question de durabilité a constitué pour nous un point d'analyse intéressant pour étudier Nha Trang et son développement touristique.

Notre questionnement de départ était donc de savoir si ***on peut considérer le développement touristique actuel à Nha Trang comme durable grâce à des indicateurs socioculturels***. Les analyses critiques du développement touristique actuel à Nha Trang sous l'angle de sa durabilité ont été effectuées sur des indicateurs socioculturels suivants : la valorisation de pratiques touristiques locales, celle des ressources humaines, la qualité de l'accueil et des services touristiques, l'insécurité et la délinquance en lien avec le tourisme, la perception de la population locale face au développement touristique, la protection et la mise en valeur du patrimoine bâti monumental, la participation des acteurs publics et privés dans la gestion du tourisme et l'aménagement de l'espace entre tourisme et autres activités économiques. Le choix de ces indicateurs découlait de nombreuses concertations et d'entretiens avec les autorités locales et les entreprises touristiques selon la méthode proposée par AFIT (2000), ainsi que des enquêtes auprès de la population locale.

Travaillant spécialement sur une destination précise, nous nous sommes intéressés plutôt à la recherche appliquée qui développe de nouvelles technologies en adaptant les résultats des recherches fondamentales et stratégiques pour résoudre des problèmes concrets

### *Conclusion générale*

particuliers (Mohinder S. Mudahar, Robert W. Jolly et Jitendra P. Srivastava, 1998 dans Norton, R.D., 2005). Ce choix nous a semblé optimal, car en tant que résidents de Nha Trang, nous le connaissons très bien. Les missions auprès des autorités locales, des entreprises touristiques et des populations locales nous ont permis d'exploiter pleinement des questionnaires et de mener des entretiens en décodant des actions non-verbales qui pourraient être intéressantes et utiles à l'interprétation de nos résultats. Ces dernières ne peuvent pas être indiquées dans les réponses officielles du questionnaire.

Nous avons ordonné notre étude en trois parties. La première présente d'abord un point de vue historique grâce auquel nous avons pu mieux comprendre l'évolution de cette station balnéaire depuis l'époque coloniale. La typologie de ses produits touristiques proposés ensuite nous a permis d'appréhender les atouts du tourisme à Nha Trang, ses faiblesses ainsi que ses potentiels. Ces préoccupations constituent les premier et deuxième chapitres de notre recherche dont les réponses sont les suivantes : La colonisation française peut être considérée comme une époque importante de l'histoire touristique de Nha Trang, non seulement parce que pour la première fois le tourisme y a fait son apparition, mais aussi parce que depuis cette date Nha Trang fait toujours partie de la liste des destinations touristiques incontournables du Vietnam. Aujourd'hui comme autrefois, si la ville de Nha Trang s'ouvre de plus en plus au tourisme, les fréquentations touristiques sont toujours bien en deçà du potentiel du site. Quelques aménagements artificiels viennent en conforter les attractions : visites de sites religieux, de villages de métiers traditionnels, de marchés locaux, etc. Pourtant, les pratiques touristiques proposées ne sont pas à la hauteur des ressources existantes. La présence des fleuves, l'environnement naturel très riche et encore peu exploité de l'arrière-pays laissent deviner des perspectives intéressantes, surtout dans l'optique d'un tourisme durable.

Dans la deuxième partie, nous nous sommes plus particulièrement intéressés aux touristes et aux populations locales, pour mieux comprendre quel regard ils portaient sur le développement touristique à Nha Trang. Tandis que les touristes donnaient leurs avis sur le comportement et les compétences professionnelles du personnel lié au tourisme ainsi que sur la qualité de service offerte par les établissements touristiques, les résidents qui faisaient l'objet du troisième chapitre s'exprimaient plutôt sur les impacts socioculturels dus au tourisme et l'évaluation générale du développement touristique actuel à Nha Trang. Le tourisme au Vietnam en général et à Nha Trang en particulier est très influencé par les évolutions mentales et sociales induites depuis le «Đổi mới» en 1986 avec l'arrivée de touristes internationaux et l'augmentation de plus en plus croissante de touristes domestiques.

### *Conclusion générale*

Satisfaire les clients a constitué une de nos préoccupations principales. Au cours du quatrième chapitre, nous avons retenu quatre grands enseignements tirés d'évaluations de la part des touristes vis-à-vis du personnel et des établissements touristiques dans l'ensemble de la ville de Nha Trang. Il s'agit d'une relative satisfaction quant au comportement des personnels, de leurs compétences professionnelles moyennes, de la qualité variable des services offerts et d'une certaine négligence dans la sécurité des touristes. Nos statistiques sont plutôt le reflet de l'évolution des exigences des touristes aujourd'hui à Nha Trang, nécessitant davantage de formation de la part du secteur touristique local.

En effet, en essayant de satisfaire leur clientèle, les professionnels du tourisme semblaient oublier un autre acteur privé proche : les résidents. La démocratie participative s'arrête à l'échelon des acteurs directement concernés par le tourisme (autorités locales et entreprises touristiques) et ne prend pas vraiment en compte l'avis de la population locale, qui joue pourtant un rôle important dans le développement touristique. Le tourisme reste sérieusement affecté par le caractère spontané de son développement et l'individualisme des acteurs privés : «*mạnh ai nấy làm*» [« à chacun sa façon de travailler »]. Le manque de cohésion de certains établissements touristiques et la carence de politiques touristiques adéquates amènent à une répartition de richesse inégale entre résidents. Les bénéficiaires ne profitent donc pas à l'ensemble des membres de la société. Cet état de fait nous a conduits à une évaluation plus fine des impacts socioculturels du tourisme à Nha Trang, notamment en fonction du lieu d'habitation. Il nous paraît primordial pour l'avenir du tourisme à Nha Trang de faire en sorte que les services touristiques y soient considérés comme «de haute qualité», que le souvenir qu'un touriste garde de l'endroit soit celui d'un accueil chaleureux et d'une authenticité préservée et que la population locale profite davantage du développement touristique.

Enfin, la dernière partie a cherché à comprendre si Nha Trang s'intéresse à la question de gouvernance, et comment ses acteurs, privés comme publics, participaient à sa structuration. De ce fait, nous avons prêté une attention particulière à l'organisation administrative du tourisme à Nha Trang, à la participation aux projets touristiques des organisations de masse et des mouvements associatifs sectoriels dont le rôle est encore important dans un pays socialiste comme le Vietnam, des professionnels du tourisme et des résidents. Nous avons ainsi pu mieux évaluer l'efficacité des politiques touristiques. Fort de ces résultats, nous avons cherché à attirer l'attention des responsables sur des points de

## *Conclusion générale*

vigilance particulièrement cruciaux pour le développement durable de la station, et proposer des actions concrètes en faveur d'un tourisme durable sur le plan socioculturel à Nha Trang.

Les résultats de notre recherche montrent que l'Etat constitue toujours un acteur-clé du développement touristique à Nha Trang. Cette constatation est bien confirmée par les autorités locales, les entreprises touristiques ainsi que les populations locales. En effet, l'Etat garde souvent des prérogatives essentielles tant en matière administrative et juridique que sur le plan de la planification et de l'aménagement du territoire. Sans son intervention fondamentale et volontaire, cette destination n'aurait pas connu un tel développement touristique. Par contre, il est regrettable de noter parfois un décalage entre la bonne volonté des autorités locales et la mise en application de leurs politiques. Les raisons principales en sont les suivantes : l'absence d'un plan d'aménagement touristique de Nha Trang et de sa baie ; le manque de cohérence entre les plans d'aménagement des différents secteurs économiques ; le manque de coordination entre les politiques de préservation du patrimoine culturel et le laisser-faire en matière de mise en tourisme et de formation des personnels. De plus, ignorés par une organisation administrative du tourisme très liée à la politique et à la concentration du pouvoir aux niveaux supérieurs, certains problèmes du tourisme local ne sont pas complètement résolus. Pour preuve : le Comité Populaire de Nha Trang nous a renvoyés vers le Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa pour les informations concernant les ressources touristiques locales. Une telle gestion étatique permet en grande partie d'expliquer le rôle restreint de mouvements associatifs sectoriels comme celui de l'association du tourisme de Khanh Hoa, et la réticence d'acteurs privés, tels qu'entreprises touristiques et résidents, pour s'impliquer dans des projets touristiques. Au final, en confrontant les résultats de notre étude à la théorie du tourisme durable que nous avons mentionnée dans l'introduction générale, il nous paraît difficile d'affirmer que le tourisme à Nha Trang est pleinement durable d'un point de vue socioculturel.

Notre travail apporte un nouveau regard sur le tourisme durable dans un pays en voie de développement comme au Vietnam : «conserver» et «développer» en même temps. D'un point de vue socioculturel, nous visons à rendre le tourisme plus durable en insistant sur la diversification de pratiques touristiques, équilibrées entre la terre et la mer, ainsi que sur la mise en place d'une «stratégie de réseau». Nos propositions permettent donc d'éviter la surcharge de la baie de Nha Trang, de mettre en tourisme les ressources touristiques de l'arrière-pays, de faire participer davantage les résidents au projet touristique et de mieux cibler les investissements humains et financiers des autorités locales. Cette mise en œuvre est

### *Conclusion générale*

accompagnée par une gouvernance opérationnelle entre résidents, acteurs privés et acteurs publics impliqués dans la sphère touristique. Cette solution viserait à accroître la participation des acteurs privés et à promulguer des politiques touristiques conciliant réellement développement touristique et préservation des ressources.

Ainsi, parmi les trois piliers du tourisme durable : environnement, économie et société, le troisième a été le plus approfondi. Il constitue à la fois un point original de notre recherche et une de nos limites. Ce choix s'explique par le fait que les recherches portant sur le tourisme à Nha Trang n'envisageaient que très rarement son aspect socioculturel. Plus précisément, aucune recherche n'a été menée auprès de la population locale, considérée en tant qu'acteur primordial dans le développement touristique de son pays et surtout il n'existe jusque là aucune étude sur les liens entre tourisme et préservation du patrimoine socioculturel à Nha Trang.

Il nous est également important d'insister particulièrement sur l'efficacité de cette recherche et son aboutissement dans l'avenir<sup>185</sup>. Conscients de ne pouvoir viser des résultats prochains sur tous les tableaux, nous tenons à mettre l'accent sur les indicateurs de satisfaction des populations locales qui font partie intégrante de l'expérience touristique comme communauté hôte et comme bassin de main-d'œuvre. Plus elles pourront bénéficier du tourisme, plus leur contribution à la qualité de séjour des visiteurs pourra être améliorée. Cet objectif reconnaît aussi que les diversités culturelles et régionales qui font la richesse d'un séjour, les traditions, les valeurs et les savoirs des communautés locales doivent être préservés et mis en valeur dans le respect des individus qui les composent (Doumit, 2007) et la préservation du patrimoine culturel. En insistant sur l'aspect socioculturel, les résultats de ces statistiques seront une source de référence importante pour alimenter la réflexion sur le tourisme durable, et proposer des modes d'action concrets.

Le deuxième apport de cette étude concerne les questionnaires auprès des touristes. En effet, ces questionnaires sont tout à fait nouveaux par rapport à ceux réalisés par les autorités locales qui se contentaient de voir seulement comment les touristes ont dépensé lors de leur séjour à Nha Trang, comment ils y sont arrivés, d'où ils sont venus. Nos résultats permettent d'avoir une vision globale pour la première fois sur la qualité des personnels du tourisme ainsi

---

<sup>185</sup> Il importe de souligner qu'avec le budget local et le soutien financier des organismes privés, les collectivités locales ont effectué plusieurs recherches au niveau provincial. En revanche, ils n'ont pas eu de supports financiers pour les mettre en œuvre. Souvent ces recherches sont tombées dans l'oubli. Ceci explique également la démotivation des professionnels de tourisme et des résidents lors de questionnaires et d'enquêtes des chercheurs, car ils pensent que leurs avis ne servent à rien.

### *Conclusion générale*

que sur la qualité de service proposée par les établissements touristiques dans leur ensemble<sup>186</sup>. A partir des résultats ici produits, les autorités locales disposent désormais d'un bilan opérationnel pour adapter leurs politiques de formation en ressources humaines, et ainsi limiter les négligences dans les différents services touristiques.

«*Trăm nghe không bằng một thấy*» [*Mieux vaut voir une fois qu'entendre cent fois*]. Les cartes constituent également une production originale de notre étude. Il s'agit là des cartes relatives aux ressources touristiques naturelles, aux ressources touristiques culturelles et aux équipements touristiques existants. Elles seront les premières cartes de synthèse se rapportant au tourisme à l'échelle municipale. Les statistiques qui y sont cartographiées provenaient de certains établissements étatiques et entreprises touristiques. Nous les avons synthétisées sans oublier de compiler des données disparates, mal connues et mal recensées. Ces trois cartes montrent toutes à leur manière combien la répartition des hébergements et des restaurations reproduit les grandes oppositions entre les communes rurales (xã) et les quartiers urbains de la ville de Nha Trang (*phường*). En effet, le tourisme se concentre préférentiellement aux quartiers urbains comme Loc Tho, Tan Lap, Van Thanh, Vinh Nguyen, etc. Les communes rurales en revanche, plus faiblement urbanisées, apparaissent comme moins touristiques. Le tourisme est ainsi loin de concerner toute la population locale et donc tout le territoire nhatrangais. Enfin, nous y avons un aperçu visuel général sur le déploiement spatial touristique de Nha Trang : des activités nautiques dans la baie et des activités culturelles dans la ville. Cette répartition correspond également aux atouts de ressources touristiques propres à la mer et à la terre comme nous l'avons indiqué dans les parties précédentes.

Cependant, dans cette perspective disciplinaire, notre recherche présente certaines difficultés qui sont plutôt de l'ordre administratif, documentaliste et statistique. Nous avons dû par exemple passer par plusieurs étapes administratives pour pouvoir interroger les résidents sur le développement touristique à Nha Trang. Dans une certaine mesure, nous ne pouvions pas assurer totalement l'objectivité de tous les entretiens semi-dirigés auprès des populations locales.

Notre deuxième difficulté a résidé dans le manque de documents concernant notre thème de recherche - Nha Trang - et en particulier ceux portant spécialement sur les îles de la baie de Nha Trang. Par exemple, les ouvrages étudiant l'histoire du tourisme à Nha Trang sont encore très peu nombreux. Nous avons essayé d'utiliser des archives de Nha Trang, mais

---

<sup>186</sup> Les grands hôtels à Nha Trang mettent à disposition de leur clientèle leur propre fiche d'évaluation.



### *Conclusion générale*

malheureusement sans le succès escompté. Nous avons accordé une place toute particulière aux études de Nguyen (2006) et surtout de Gaide (1930) et de Peyvel (2009) dans ce corpus documentaire, car elles présentent une vision synthétique du tourisme en Indochine dans les années 1930 ainsi que des pratiques touristiques jusqu'à aujourd'hui, très appréciables.

La dernière difficulté réside dans la recherche de statistiques concernant le tourisme à Nha Trang et sa baie. À Nha Trang, il a été parfois difficile de recueillir des formations fiables et complètes. Par exemple, les statistiques du SCST de Khanh Hoa dénombrèrent seulement les hôtels. Pour les autres catégories d'entreprises, nous avons dû nous renseigner auprès d'autres Services comme celui des statistiques, des transports, de la santé, etc. Ce qui nous a rendu la tâche difficile, c'est que les chiffres fournis par ces Services étaient parfois différents. Pour les sous-quartiers insulaires, aucune statistique sauf celles fournies par la Réserve de la baie de Nha Trang n'était disponible.

Nous pensons que les limites de notre étude portent en elles-mêmes les orientations ouvertes vers d'autres recherches. Au-delà de l'aspect monographique de cette étude portant sur Nha Trang, deux pistes contenues dans ce travail nous paraissent intéressantes pour l'avenir. Il s'agit de clarifier le rôle des mouvements associatifs sectoriels liés au développement du tourisme durable ainsi que d'analyser le tourisme à Nha Trang sous son aspect économique au regard du tourisme durable.

En effet, le dynamisme des mouvements associatifs sectoriels dans les pays occidentaux est bien connu (Le, 2005). Malheureusement ce n'est pas le cas à Nha Trang, comme le montre le chapitre 5. Les associations sectorielles dans les pays en voie de développement connaissent les caractéristiques communes suivantes : compétences de gestion faibles, manque de professionnalisme, budget lacunaire, manque d'orientation dans le développement. Ces contraintes ne permettent pas à ces associations de mieux jouer le rôle de représentants (Kbiz, 2009). La difficulté la plus marquante et la plus récurrente consiste à restreindre toujours davantage les concertations et les occasions de coopérer efficacement entre l'Etat et ces associations sectorielles. Dans nos propositions sur le tourisme socioculturel durable, nous insistons beaucoup sur le rôle de l'association du tourisme de Khanh Hoa qui assumerait des fonctions plus importantes qu'aujourd'hui : représentant, initiateur, formateur, conseiller, vendeur, etc. (Cf. chapitre 6). Il serait intéressant de prolonger notre recherche vers les perspectives de cette association dans l'avenir portant sur les modalités administratives d'une délégation de service public, ses modes de financement semi-public, son degré de coopération

### *Conclusion générale*

éventuel avec d'autres associations sectorielles, sa capacité de concertation avec les professionnels du tourisme et les résidents pour diversifier les offres touristiques et les faire connaître aux touristes, etc. Ce projet sera sans nul doute novateur et utile non seulement pour les autorités locales cherchant toujours à promulguer une politique adéquate favorisant la participation des acteurs privés aux projets étatiques mais aussi pour les associations sectorielles voulant toujours mieux « se positionner » dans l'organisation administrative de l'Etat.

Il serait également intéressant de travailler sur le tourisme durable à Nha Trang en insistant cette fois-ci sur l'aspect économique. Les questionnaires seraient alors destinés non seulement aux résidents de deux quartiers Loc Tho et Vinh Nguyen, comme dans le cadre de notre étude, mais aussi aux autres quartiers de Nha Trang. Nous pourrions ainsi mieux savoir : de quelles retombées économiques dues au tourisme ils pourraient profiter, quels métiers liés au tourisme ils pourraient exercer, comment les autorités locales pourraient les soutenir, etc. Les résultats de cette étude permettraient de redéfinir la répartition économique par secteur d'activités de Nha Trang si nécessaire, avec comme objectif final une meilleure répartition des bénéfices retirées de cette activité<sup>187</sup>. Cette enquête permettrait aussi de déterminer la faisabilité de la directive 11/CT-UBND du 25 mars 2011 du Comité Populaire de Khanh Hoa qui projette de faire de la baie de Nha Trang un lieu réservé au tourisme balnéaire et aux jeux de sports nautiques et d'y interdire de jeter des déchets venant des cages, des bassins d'élevage des fruits de mer ainsi que des transports nautiques, et surtout de pêcher et d'élever des fruits de mer comme nous l'avons mentionné dans le chapitre 5.

La voie du tourisme durable est un chemin long et difficile pour Nha Trang (une ville à la croissance très rapide et spontanée, dans un petit pays au développement balbutiant et à l'ouverture récente). Le chemin est d'autant plus difficile que le tourisme est ancien dans cette baie et que des habitudes, pas toujours les meilleures, ont été prises. Il est temps pour tous, acteurs publics et privés, personnels et populations locales, de prendre conscience des urgences : se former, s'informer, coopérer et partager.

---

<sup>187</sup> La répartition économique par secteur d'activités de Nha Trang est actuellement classée comme suit : le tourisme – service, l'industrie – bâtiment et l'agriculture – sylviculture – pêche.

**RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES**

**OUVRAGES**

- Assemblée nationale de la République Socialiste du Vietnam *Luật Du Lịch [La loi du tourisme]*, Hanoi, Lao Dong, 2005, 39 p.
- Assemblée nationale de la République Socialiste du Vietnam *Luật doanh nghiệp [La loi de l'entreprise]*, Hanoi, Lao Dong, 2009, 55 p.
- Assemblée nationale de la République socialiste du Vietnam *Luật di sản văn hoá [La loi du patrimoine culturel]*, Hanoi, Lao Dong, 2010, 50 p.
- A.Jones, R. *Méthodes de recherche en sciences humaines*, Paris, Bruxelles, De Boeck Université, 2000, 336 p.
- APEC *Best practices in sustainable tourism management initiatives for apec economies*, APEC publication Number : APEC#206-TO-01.1, 2006, 123p.
- Andrianambinina, D. «L'écotourisme à Madagascar : solution ou mirage ?», in *Tourisme durable dans les Suds ?*, sous la direction de Géraldine Froger, P.I.E. PETER LANG Bruxelles, 2010, 310p.
- Administration Nationale du tourisme du Vietnam, «Thực trạng và yêu cầu phát triển nguồn nhân lực các địa phương» [Ressources humaines : état des lieux et besoins des localités], in *Chương trình phát triển nguồn nhân lực đến năm 2015 [Programme de développement des ressources humaines jusqu'en 2015]*, Ha noi avril/2006, 127p.
- Babelon, J.-P. ; A. Chastel, *La notion de patrimoine*, Coll. « Opinion », Paris, Liana Levi, 1994, 141 p.
- Bardin, L. *L'analyse de contenu*, Paris, PUF, 4<sup>e</sup> édition, 1986, 183p.
- Béteille, R. *Le tourisme vert*, Paris, Presses universitaires de France, 1996, 127p.
- Bibliothèque du voyageur *Vietnam*, Guide Gallimard, 2008, 376p.
- Botti, L., Peypoch, N., Solonandrasana, B., *Ingénierie du tourisme : Concepts, méthodes, application*, De Boeck Université, 2008, 168p.
- Bouault, J. *Géographie de l'Indochine : Tonkin-Annam-Cochinchine-Cambodge & Laos*, Imprimerie d'extrême-orient-Hanoi-HaiPhong, 1930, 72p.
- Breton, J.-M. «Tourisme, culture et environnement : une problématique identitaire ?», p.43-70, in *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce : de la préservation au développement viable des territoires* sous la direction de Christiane Gagnon et Serge Gagnon, Presses de l'Université du Québec, 2006, 414p.
- Bureau des statistiques *Điều tra chi tiêu khách du lịch năm 2009 [Enquête sur les dépenses des touristes]*, Bureau des statistiques, 2010, 271p.

### *Références bibliographiques*

- Callens, S. et Alaktif, J. *Gouvernance : Exercices du pouvoir*, Paris, L'Hamattan, 2009, 248p.
- Ceron, J-P. et Dubois, G. «Les indicateurs du tourisme durable. Un outil à manier avec discernement», in *Cahier Espace 67*, Novembre 2000, 248p, p.30-46.
- Comité Populaire de Khanh Hoa *Địa chí Khánh Hoà [Monographie de Khanh Hoa]*, Ha noi, Politique Nationale, 2003, 604p.
- Conseil de l'Europe *Promotion du tourisme culturel en tant que facteur de développement des régions*, Conseil de l'Europe, 2005, 73p.
- Cornaire, M.C., & Bayliss, D. «Les stimuli des choix multiples aux niveaux intermédiaires fort et avancé: doit-on privilégier la question ou l'énoncé?» *Bulletin de l'AQEFLS*, 17(3-4), 1996, p. 132-139.
- Damien, M.-M. «Le tourisme fluvial». Collection *Que sais je ?*, Presses Universitaires de France, 2001, 127p.
- Davigo, J. «Les acteurs de l'eau» in *L'eau : usages et polluants* sous la direction de Gérard Grosclaude, Tome 2, Paris, INRA, 1999, 210p.
- De Sacy, A.S. *Vietnam le chagrin de la paix*, Vuibert, 2002, 200p.
- Defert, P. *Les ressources et les activités touristiques*, Les cahiers du tourisme, CHET, Aix-en-provence, 1972, 53p.
- Decoudras, P.M. *A la recherche des logiques paysannes*, Karthala, 1997, 135p.
- Dewailly, J.-M. «Mise en tourisme et touristification», in *Tourisme et souci de l'autre* sous la direction de Amidou, R., Bachimon, P., Dewailly, J.-M. et Malezieux, J., Paris, L'Harmattan, 2005, 364p, p.29-34.
- Dewailly, J.M. et Flament, E. *Géographie du tourisme et des loisirs*, Paris, SEDES, 1993, 287p.
- Dinh, T.H. «Signes-Nature, Signatures, Biodiversité (1) : Les «bosquets culturels» au Vietnam ». *Cahiers d'Etudes vietnamiennes*, Numéro 12, 1996-1997. 14p.
- Diouf, B.S. «Les images du produit touristique Sénégal bilan critique de quatre décennies», in *Tourisme et souci de l'autre* sous la direction de Amirou, R., Bachimon,P., Dewailly, J.-M. et Malazieux, J., Paris, L'Harmattan, 2005, 362p.
- Dupont, L. *Construction à l'étude des dimensions économiques du tourisme et des voyages*, Paris, L'Harmattan, 2002, 619p.
- Ellul, A. «Maîtrise des aménagements touristiques susceptibles d'avoir des conséquences significatives sur l'environnement : Politiques nationales, régionales et locales d'urbanisme» in *Développement touristique durable actes*, Colloque organisé par le Conseil de l'Europe (Direction de l'environnement et des pouvoirs locaux) en collaboration avec le ministère

### **Références bibliographiques**

- chypriote de l'Agriculture, des ressources naturelles et de l'environnement, et l'Office de tourisme de Chypre. Larnaca (Chypre), 9-11 novembre 1995, Conseil de l'Europe, 1996.
- Gaide, L.-J. *Les stations climatiques en Indochine*, Extrême-Orient, 1930, 49 p.
  - Grandmont, G. «Pour une nouvelle loi du patrimoine culturel» in *Patrimoine et identité en Amérique Française* sous la direction d'André Charbonneau et Laurier Turgeon, Canada, Les presses de l'Université Laval, 2010, 316p.
  - Gumuchian, H., Marois, C., Fèvre, V. *Initiation à la recherche en géographie : aménagement, développement, territorial, environnement*, Ed. Economica, Les presses de l'Université de Montréal, 2000, 425p.
  - Hazebroucq, J.M. «De l'espace touristique à la destination touristique. Un territoire qui se projette», in *Destinations et Territoire*, Volume 1 : Coprésence à l'œuvre sous la direction de Jean-Pierre Lemasson et Philippe Violier, Presses de l'Université du Québec, Téoros, 2009, 295 p.
  - Institut de l'architecture, de la planification urbaine et rurale *Điềù chỉnh quy hoạch chung xây dựng thành phố Nha Trang đến năm 2025 và tầm nhìn ngoài 2025 [Modifications de l'aménagement global pour la construction de la ville de Nha Trang jusqu'en 2025 et plan à horizon 2025]*, Comité Populaire de la ville de Nha Trang, 2008, 159p.
  - Kalfon, P. *Tourisme et innovation : Comment décrypter les tendances qui bouleversent le monde du voyage ?*, Paris, L'Harmattan, 2009, 130p.
  - Kouamé, A. et Akpoué, J-M. «Politique de gouvernance urbaine en Côte d'Ivoire», in *Développement local, gouvernance territoriale : Enjeux et perspectives*, sous la direction de Amadou Diop (2008), Karthala, 2008, 233p.
  - Koussoula Bonneton, A. «Patrimoine et tourisms alternatifs : le cas du parc historique de la canne à sucre en Haiti», in *Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Afrique-Amériques-Caraïbe-Europe* sous la direction de Jean-Marie Breton (2009), Karthala, 2009, 416p, p.151-168.
  - Lahaye, N. «Lorsque conservation et tourisme se confrontent. Le cas du Parc national des Pyrénées et ses conflits d'usages», in *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce : de la préservation au développement viable des territoires* sous la direction de Christiane Gagnon et Serge Gagnon, Presses de l'Université du Québec, 2006, 414p.
  - Lahaye, N. «De l'appropriation du patrimoine à l'enjeu de la révélation des préférences dans la production locale d'un projet écotouristique : Le cas du projet Taonaba-Belle Plaine en Guadeloupe», p.203-227, in *Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Afrique-Amériques-Caraïbe-Europe)* sous la direction de Breton, J.M. (2009), Karthala, 2009, 416p.

### **Références bibliographiques**

- Lanquar, R. «Le tourisme international», Collection : *Que sais je ?*, Presses universitaires de France, 1977, 128p.
- Larousse *Le petit larousse illustré*, Larousse/VUEF, 2002, 1786p.
- L'Écuyer, R. *Méthodologie de l'analyse développementale de contenu*, Sillery, Presses de l'Université du Québec, 1990, 490p.
- Lechien, X. *Tourisme durable : devenir une destination d'excellence*, Belgique, Edipro, 2009, 195 p.
- Leroux, E. «Développement durable et écotourisme : le tourisme fluvial du Marais Poitevin», in *Patrimoine culturel et tourisme alternatif (Afrique-Amériques-Caraïbe-Europe)*, sous la direction de Jean-Marie Breton, Karthala, 2009, 416p.
- Les grands dossiers de l'illustration *L'Indochine histoire d'un siècle 1843-1944*, Sefag et l'illustration, 1987, 191p.
- Lequin, M. *Ecotourisme et gouvernance participative*, Presse de l'Université du Québec, 2001, 234p.
- Lozato-Giotart, J. – P. et Balfet, M. *Management du tourisme Territoires, systèmes de production et stratégies*, 2<sup>e</sup> édition, Pearson Education, 2007, 392p.
- Lutz, K.B. et Schmitt, C., *Tourisme et h tellerie : lectures et vocabulaire en français*, McGraw-Hill, Inc., 1993, 224p.
- Merlin, P. *Tourisme et aménagement touristique. Des objectifs inconciliables ?*, Paris, La documentation française, col. Les études de la Documentation Française, 2001, 216p.
- Michalena, E., Hills, J. et Amat, J.-P. «Les énergies renouvelables pour un tourisme durable dans les îles méditerranéennes », in *le développement durable dans l'espace méditerranéen : une gouvernance à inventer* sous la direction de Yvette Lazzeri et Emmanuelle Moustier, L'Harmattan, 2010, 298p, p. 269 – 287.
- MIT (équipe) *Tourisme 1 : Lieux communs*, Paris, Belin, 2002, 319p.
- MIT (équipe) *Tourisme 2 : Moment de lieux*, Paris, Belin, 2005, 349p.
- MIT (équipe) *Tourisme 3 : La révolution durable*, Paris, Belin, 2011, 332p.
- Mohen, J.-P. «Les sciences du patrimoine : identifier, conserver, restaurer», Coll *Sciences et Art*, Paris, Odile Jacob, 1999, 370p.
- Moinet, F. *Le tourisme rural*, Paris, France Agricole (4<sup>e</sup> édition), 2006, 462p.
- Nadeau, M.A. *L'évaluation de programmes. Théorie et pratique*, Québec, Presses de l'Université Laval, 1988, 410p.
- N.Roy, S. «L'étude de cas», in *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* sous la direction de Benoît Gauthier, 5<sup>e</sup> éditions, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2009, 767p.

### **Références bibliographiques**

- Norton, R.D. *Politiques de développement agricole : concepts et expériences*, Rome, Organisation des nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, 2005, 637p.
- Nguyen, T.K.H. *Du lịch Khánh Hoà từ cuối thế kỷ XIX đến nay*. [*Le tourisme à Khanh Hoa depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle*], Hanoi, Editions Politique Nationale, 2006, 164p.
- Nguyen, V.H. *La civilisation ancienne du Vietnam*, Hanoi, Editions The Gioi, 1994, 320p.
- OCDE *Examens territoriaux de l'OCDE : Bergame, Italie*, Editions : OCDE, 2001, 176p.
- OMT *Ce que les gestionnaires du tourisme ont besoin de savoir : guide pratique pour l'élaboration et l'emploi d'indicateurs du tourisme durable*, Editions : Organisation nationale du tourisme, 1997, 77p.
- OMT *Guide à l'attention des autorités locales : développement durable du tourisme*, Editions : Organisation nationale du tourisme, 1999, 223p.
- OMT *Indicators of Sustainable Development for tourisme destination*, A guide book, Madrid, 2004, 468p.
- OMT *Tourisme et durabilité : un aperçu général*, OMT-PNUE, 2005, 34p.
- OMT *Vers un tourisme durable : Guide à l'usage des décideurs*. Programme des Nations Unies pour l'environnement et Organisation mondiale du tourisme, 2006, 225p.
- Origet du Cluzeau, C. «Le tourisme culturel», *Que sais je ?*, 4<sup>e</sup> édition, Presses Universitaires de France, 2007, 127p.
- Origet du Cluzeau, C., Vicériat, P. *Le tourisme des années 2020 : Des clés pour agir*, La documentation française, 2009, 209 p.
- Pébarthe-Désiré, H. et Mondou, V. «La place de l'offre aérienne dans la construction et le développement d'une destination touristique», in *Destinations et Territoire. Volume 1 : Coprésence à l'œuvre* sous la direction de Jean-Pierre Lemasson et Philippe Violier, Presses de l'Université du Québec, Editions Téoros, 2009, 295 p.
- Poisson, Y. *La recherche qualitative en éducation*, Québec : Presses de l'Université de Québec, 1992, 174p.
- Proulx, L. «L'écotourisme : une activité d'épanouissement collectif et individuel ? impacts sociaux et culturels du tourisme», in *L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce : de la conservation au développement viable des territoires* sous la direction de Christiane Gagnon et Serge Gagnon, Editions : Presses de l'Université du Québec, 2006, 414p.
- Schéou, B. *Du tourisme durable au tourisme équitable : Quelle éthique pour le tourisme de demain ?*, Editions De boeck, 2009, 297 p.
- Service des statistiques général *Điều tra chi tiêu khách du lịch năm 2004* [*Enquête sur les dépenses des touristes*], Ha Noi, 2005, 265 p.



### **Références bibliographiques**

- Service des statistiques général *Điều tra chi tiêu khách du lịch năm 2009* [Enquête sur les dépenses des touristes], Ha Noi, 2010, 272 p.
- Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa *Khanh Hoa, Nha Trang – Travel Guidebooks*, 7<sup>e</sup> éditions, Editions Thanh nien, 2010, 83p.
- Thai, T.H. «Đôi nét về sự hình thành làng, xã ở Khánh Hoà từ 1653 đến đầu thế kỷ XX» [Quelques mots sur la formation des villages et communes à Khanh Hoa de 1653 au début du XX<sup>e</sup> siècle], in *Tìm hiểu giá trị lịch sử và văn hoá truyền thống Khánh Hoà 350 năm* [Recherche des valeurs historiques et culturelles de Khanh Hoa depuis 350 ans] sous la direction de Nguyen Van Khanh, Hanoi, Editions politiques nationales, 2003, 463p, p.43-54.
- Unesco *L'action normative à l'Unesco*. Volume II : Convention, recommandations, déclarations et chartes adoptées par l'Unesco (1948-2006). Collection ouvrages de référence de l'Unesco, Editions : UNESCO, 2007, 805p.
- Vellas, F. «Tourisme facteur de développement dans les PED», in *Tourisme, Ethique et développement* sous la direction de Amalou, P., Barioulet, H. et Vellas, F. (2001), Paris, L'Harmattan, 2001, 303p.
- Vellas, F. et Barioulet, H. «Les défis du tourisme durable dans les PED», in *Tourisme, Ethique et développement* sous la direction de Amalou, P. ; Barioulet, H. et Vellas, F. (2001), Paris, L'Harmattan, 2001, 303p, p. 157-176.
- Vellas, F. «Les nouveaux défis du tourisme durable dans les pays en développement», in *Tourisme et souci de l'autre* sous la direction de Amirou, R., Bachimon.P, Dewailly, J.-M, et Malazieux, J., Paris, L'Harmattan, 2005, 362p.
- Vellas, F. «Les enjeux du tourisme durable dans les pays en développement», in *Développement viable et valorisation environnementale (Caraïbe – Amérique Latine)* sous la direction de Jean-Marie Breton (2006), Editions Karthala, 2006, 488p.
- Vellas, F. «Les politiques de développement du tourisme durable», in *Economie et Politique du Tourisme International*, 2<sup>e</sup> édition, Edition : ECONOMICA, 2007, 323p.
- Violier, P. *L'espace local et les acteurs du tourisme*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1999, 177p.
- Vlès,V. *Politiques publiques d'aménagement touristique : Objectifs, méthodes, effet*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, 2006, 486p.
- Ministère de l'Intérieur *Tài liệu bồi dưỡng hội đồng nhân dân cấp Tỉnh nhiệm kỳ 2004-2009* [Document de formation continue destiné au Conseil populaire mandat 2004-2009], Hanoi, Editions des Femmes, 2004, 246p.

**TRAVAUX UNIVERSITAIRES**

- Boiron, C. (2007) *Notion de patrimoine, politiques et enjeux de la préservation et de la valorisation des héritages culturels dans un pays asiatique en voie de développement*, Mémoire de Master 2, Université de Bretagne Sud, 2007, 65p.
- Do, C.T. *Approche stratégique des politiques nationales et la mise en œuvre d'un processus opératoire de promotion touristique de destination, le cas du Vietnam*, Thèse de tourisme sous la direction de C.Pagnon-Maudet, Université de Perpignan, 2007, 418 p.
- Doumit, L. *La valorisation du patrimoine endokarstique libanais*, Thèse de doctorat de géographie sous la direction de Mme Adjizian – Gerard, M. Delannoy et M. Gauchon, soutenue 17 décembre 2007, Université de Savoie (France) et Université Saint-Joseph (Liban), 359p.
- Huynh, V.T. *Văn hoá - doanh nghiệp [Culture – entreprises]*, Notes de cours organisées par Kbiz consulting, Nha Trang en novembre 2009, 5p.
- Le, T.M.B. *Etude d'un projet de création d'un office de tourisme vietnamien sur le modèle français à Khanh Hoa (Vietnam)*, DESS de l'ingénierie de tourisme, Université de Toulouse Le Mirail, 2005, 121p.
- Nguyen, T.H.N. *Pro-poor-tourism Perspectives as an Alternative Income Generation Activity at MPAs in Vietnam*, Mémoire de Master 2 de l'environnement, Roskilde University (Denmark), 2008, 99p.
- Nguyen, T.M.T. *Bilan de l'écotourisme au Vietnam, faiblesse de la gestion à travers l'exemple de la zone touristique du Centre Nord*, Thèse de sciences économiques sous la direction de Xavier Richet, Université Paris III-Sorbonne Nouvelle, 2006, 406 p.
- Nguyen, V.H. *Đánh giá sức tải sinh thái cho các điểm du lịch ven bờ và hải đảo trong Vịnh Nha Trang (Khanh Hoa) [Evaluation de la capacité de charge écologique des lieux touristiques sur le littoral et les îles dans la Baie de Nha Trang, Khanh Hoa]*, Mémoire de master de l'environnement, Université des sciences sociales et humaines (Université nationale de HoChiMinh Ville), 2007, 160p.
- Peyvel, E. *L'émergence du tourisme domestique au Vietnam : Lieux, pratiques et imaginaires*, Thèse de doctorat de géographie sous la direction de Jean-Christophe Gay, soutenue le 23 novembre 2009, Université de Nice-Sophia Antipolis, 404p.
- Policarpo, D. *Recherche sur les indicateurs pour un tourisme durable : Une méthode de choix et de définition d'indicateurs pour son développement touristique durable dans les pays en développement*, Mémoire de DEA recherches comparatives sur le Développement sous la direction de Marcel Drach, Ecoles des Hautes Études en Sciences Sociales, 2001, 197p.

### **Références bibliographiques**

- Rudaz, S. *Impacts du tourisme sur le territoire et la population : évaluation de la durabilité touristique : Le cas du val d'herens*, DESS en études urbaines, Université de Lausanne, 2006, 93p.
- Tran, D.P. *Le tourisme durable au Vietnam*, Mémoire de fin d'étude de Master 2 Management du tourisme et des relations internationales, Université Du Sud – Toulon Var, 2009, 58p.
- Tardif, J. *Evaluation du développement de l'écotourisme dans le parc national zabaïkalskii, en sibérie : en route vers un développement durable ?*, Mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en sciences en l'environnement, Université du Québec à Montréal, 2005, 157p.
- Université de Sciences sociales et humaines de Ho Chi Minh Ville *Xây dựng chiến lược phát triển bền vững du lịch huyện đảo Phú Quốc Tỉnh Kiên Giang đến năm 2020 [Conception des stratégies de développement du tourisme durable pour l'île Phu Quoc, province Kien Giang jusqu'en 2020]*, 2008, 164p.
- Vo, T.T. *Valorisation touristique des maisons-jardins traditionnelles de Hue : Enjeux et stratégies*, Thèse de tourismologie sous la direction de C.Pagnon-Maudet, Université de Perpignan, soutenue le 4 juillet 2008, 415p.

**ARTICLES DE JOURNAUX, ACTES DE COLLOQUE, SITES D'INTERNET**

- Administration Nationale du tourisme du Vietnam *Thực trạng và yêu cầu phát triển nguồn nhân lực của các địa phương*. [Etat des lieux et demandes du développement des ressources humaines au tourisme des localités], in *Chương trình phát triển nguồn nhân lực du lịch đến năm 2015 [Programme de développement des ressources humaines au tourisme jusqu'en 2015]*, Hanoi, Avril 2006, 127p.
- Bao Chan *Bé tắc ở Hòn Xên [Situation sans issue à Hon Xen]*, in *Lao dong journal*, n°82 le 10 avril 2008, 3p.
- Bich Khue *Ngành du lịch Khánh Hoà với bài toán nhân lực [Le tourisme de Khanh Hoa avec le problème de ressources humaines]* 2008, in *Khánh Hoà journal*, <http://www.baokhanhhoa.com.vn/Kinh-te-Dulich/2008/12/308319/> [consulté le 01 septembre 2010].
- Bich Khue *Ngành du lịch Khánh Hoà tìm giải pháp thu hút khách [Le tourisme de Khanh Hoa à la recherche de solutions pour y faire venir de touristes]* 2009, in *Khanh Hoa journal*, <http://www.baokhanhhoa.com.vn/Kinh-te-Dulich/2009/01/310161/> [consulté le 24 novembre 2010].
- Bouyer, C., Fortin, C., Lombard, N. et Simon, M. « Le développement durable du tourisme dans les territoires insulaires français et la valorisation touristique des espaces naturels littoraux métropolitains », in *Études caribéennes* [En ligne], 11 | Décembre 2008, mis en ligne le 28 mai 2009, URL, <http://etudescaribeennes.revues.org/3476> [consulté le 06 octobre 2011]
- Do, C.T. *Nghiên cứu xây dựng sản phẩm du lịch Việt Nam có tính cạnh tranh trong khu vực, quốc tế [Etude de la mise en place des produits touristiques du Vietnam ayant le caractère compétitif dans la région et le monde]*, 2007, [http://www.itdr.org.vn/details\\_dtkh-x-49.vdl](http://www.itdr.org.vn/details_dtkh-x-49.vdl), Institut de recherche et de développement touristique [recherche consultée le 20 mars 2009].
- Institut des recherches et du développement touristique *Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch, trung tâm du lịch Nha Trang, Ninh Chữ, Đà Lạt [Aménagement global de développement des centres touristiques de Nha Trang, Ninh Chu, Da lat]*, 2002, [http://www.itdr.org.vn/details\\_daqh-x-31.vdl](http://www.itdr.org.vn/details_daqh-x-31.vdl) [recherche consultée le 20 août 2010], 134p.
- Maharaux, A. « Lutte contre la pauvreté et développement touristique dans les provinces du nord du Vietnam », in *Le tourisme durable : un instrument d'aide à la lutte contre la pauvreté ?*, communication au colloque de Ninh Thuan (Viet Nam) 28/9/2008-02/10/2008, 18p.

### *Références bibliographiques*

- Merasli, S. « La qualité dans l'industrie du tourisme : un impératif majeur pour un tourisme durable », in *Téoros* [En ligne], 23-2 | 2004 URL, mis en ligne le 01 septembre 2010, <http://teoros.revues.org/634> [consulté le 14 mai 2011].
- Moréchand, G., 1955 «Caractères économiques et sociaux d'une région de pêche maritime du Centre-Vietnam (Nha Trang) in *Bulletin de l'Ecole française de l'Extrême-Orient*. Tome 47 numéro1,p.291-352,1955, [http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/befeo\\_0336-1519\\_1955\\_num\\_47\\_1\\_5407](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/befeo_0336-1519_1955_num_47_1_5407) [ page consultée le 23 avril 2011].
- Nguyen, H.B. «Nhà cổ Khánh Hoà» [Maisons anciennes à Khanh Hoa], in *Culture, sports et tourisme : Nha Trang festival de la mer 2009*, n°3 (mai et juin 2009), 3p.
- Nguyen, T.T.H. *Cơ sở khoa học tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan các đảo du lịch ven bờ Đông Bắc trên quan điểm phát triển du lịch* [Fondement scientifique de la construction d'une architecture des paysages pour les îles touristiques du littoral du Nord-Est en faveur du développement du tourisme], 2001, [http://www.itdr.org.vn/list\\_detaikhoahoc\\_nvmt-loai\\_detai-1-p-3.vdl](http://www.itdr.org.vn/list_detaikhoahoc_nvmt-loai_detai-1-p-3.vdl), Institut de recherche et de développement touristique [recherche consultée le 20 mars 2009].
- NhatLe – Thu An *Ám ảnh hàng rong* [Obsession de ventes ambulantes], 2010, in Khanh Hoa journal, <http://baokhanhhoa.com.vn/Phongsu/201012/am-anh-hang-rong-1970090/> [page consultée le 16.12.2010].
- Nhat Le *Festival văn hoá và du lịch Khánh Hoà : Cần tìm những đặc trưng* [Le Festival culturel et touristique de Khanh Hoa : nécessité d'y exploiter les traits caractéristiques], in Khanh Hoa journal, n° 3115, 15 septembre 2010.
- Pham, T.L. «Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù – yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam» [Développer les produits touristiques spécifiques – élément essentiel contribuant à améliorer la compétitivité du tourisme du Vietnam], in Actes du Colloque : *Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch Việt Nam để tăng sức cạnh tranh và hội nhập quốc tế* [Améliorer la qualité des produits touristiques du Vietnam afin de renforcer la compétitivité et l'intégration internationale du pays], organisé par l'Administration nationale du tourisme du Vietnam et le Comité Populaire de Khanh Hoa à Ha Noi (6/2007), 136p, p.21-26.
- Pham, T.L. «Định hướng phát triển du lịch sinh thái cộng đồng trên vùng biển Việt Nam» [Orientation du développement de l'écotourisme communautaire dans les zones maritimes du Vietnam], in Colloque «*Giới thiệu sản phẩm du lịch sinh thái cộng đồng trên vùng biển Việt Nam*» [Présentation des produits de l'écotourisme communautaire dans les zones maritimes du Vietnam], Nha Trang le 30 novembre 2009.

## Références bibliographiques

- Pham, H.B. *Nghiên cứu đề xuất các giải pháp nhằm đảm bảo an toàn cho khách du lịch tại Việt Nam* [*Propositions visant à assurer la sécurité des touristes au Vietnam*], 2006, Recherche scientifique de l'Institut de recherche et de développement touristique, [http://www.itdr.org.vn/details\\_dtkh-x-26.vdl](http://www.itdr.org.vn/details_dtkh-x-26.vdl) [recherche consultée 30 octobre 2010], 96p.
- Pham, T.L. *Cơ sở khoa học và giải pháp để phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam*. [*Fondement scientifique et solutions pour développer le tourisme durable au Vietnam*], 2002, Recherche scientifique de l'Institut de recherche et de développement touristique, [http://www.itdr.org.vn/details\\_dtkh-x-15.vdl](http://www.itdr.org.vn/details_dtkh-x-15.vdl) [recherche consultée le 11 octobre 2009], 489p.
- Phan, T. *Báo cáo đề tài nghiên cứu khoa học : Những giải pháp khôi phục và phát triển các làng nghề Tỉnh Khánh Hoà*. [*Rapport de recherche scientifique : Solutions pour renforcer et développer des métiers traditionnels de Khanh Hoa*], Nha Trang en décembre 2005, 53p.
- Projet Grundtvig Partenariats Educatifs *Guide de bonnes pratiques «Accueil et satisfaction des clientèles touristiques»*, Document provisoire, Cité de la Culture et du Tourisme durable, octobre 2009, 16p.
- Tam Thanh *Làm gì để giữ gìn và phát triển Vịnh Nha Trang*, [*Que faire pour préserver et développer la Baie de Nha Trang ?*], in Magazine Science-Technologie et environnement, Khanh Hoa en mars 2007, 35p, p.14-17.
- Thanh Nguyen *Nha Trang : Bảo tàng phải nhường chỗ cho khách sạn ?* [*Nha Trang : les musées devraient-ils laisser la place aux hôtels ?*], 2010, <http://www.baomoi.com/Info/Nha-Trang-Bao-tang-phai-nhuong-cho-cho-khach-san/148/5287315.epi> [page consultée le 3 décembre 2010].
- Vellas, F. «*Comment peut-on professionnaliser, innover et industrialiser les entreprises et les organisations touristiques des stations traditionnelles pour rendre la croissance plus durable ?*» (2<sup>e</sup> sommet 4-6 décembre 2000), <http://www.sommets-tourisme.org/f/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/vellas.htm> le 22 juin 2006.
- Vu, Q.T. «*Phát triển nguồn nhân lực du lịch đáp ứng yêu cầu nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch* » [*Développer les ressources humaines pour améliorer la qualité des produits touristiques*], in Actes du colloque *Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch Việt Nam để tăng sức cạnh tranh và hội nhập quốc tế* [*Améliorer la qualité des produits touristiques du Vietnam pour renforcer la compétitivité et l'intégration internationale du pays*], organisé par l'Assemblée Nationale du tourisme, La magazine de tourisme du Vietnam et le Comité Populaire de Khanh Hoà, Hanoi, Juin 2007, 136p.
- Xuan Thanh *Cần tăng cường các biện pháp an ninh bảo vệ du khách* [*Il faut renforcer les mesures de sécurité pour protéger les touristes*], 2010,

### *Références bibliographiques*

<http://www.baokhanhhoa.com.vn/Kinh-te-Dulich/201011/Can-tang-cuong-cac-bien-phap-an-ninh-bao-ve-du-khach-1965004/> [page consulté le 14 novembre 2010].

[-http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/Colloquemuseetourisme/](http://www.univ-paris1.fr/fileadmin/Colloquemuseetourisme/)

[Appel a communications version longue Francais .pdf](#) (appel de de communication du colloque «Nouveaux musées, nouvelles ères urbaines, nouvelles mobilités touristiques». Co-organisation scientifique : E.I.R.E.S.T (Equipe Interdisciplinaire de Recherche sur le tourisme), Université Paris 1 – Panthéon-Sorbonne et Chaire UNESCO «Culture, Tourisme, Développement» 20 et 21 janvier 2011.

- <http://vietnam.vnanet.vn/VNP/fr-FR/13/34/34/20023/Default.aspx>

[page consultée le 15 avril 2011].

- <://www.institut-gouvernance.org/fr/document/fiche-document-58.html>

[page consultée le 10 juillet 2011].

- <://50nam.tourism.gov.vn/home.php?cat=02> [page consultée le 29 juin 2011].

- [://www.itdr.org.vn/details\\_news-x-105.vdl](://www.itdr.org.vn/details_news-x-105.vdl) [page consultée le 21.7.2011].

- <://veilletourisme.ca/2008/08/22/pourquoi-les-clients-sont-ils-de-plus-en-plus-exigeants>,

[page consultée le 19.10.2010].

**TEXTES LÉGISLATIFS EN VIETNAMIEN**

- Nghị định của Hội đồng chính phủ về việc thành lập Công ty du lịch Viet Nam trực thuộc Bộ ngoại thương, số 26/CP ngày 9/7/1960. [Décret N° 262 NQ/AHK6 du 27/6/1978 du Conseil gouvernemental sur la fondation de l'agence de voyage du Vietnam relevant du Ministère du Commerce extérieur], 1p.
- Quyết nghị về việc thành lập tổng cục du lịch Việt Nam trực thuộc Hội đồng chính phủ số 262 NQ/QHK6 ngày 27 tháng 6 năm 1978. [Résolution N° 262 NQ/AHK6 du 27/6/1978 sur la fondation de l'Administration Nationale du tourisme du Vietnam relevant du Conseil gouvernemental], 1p.
- Quyết định của Bộ trưởng Bộ nội vụ về việc thành lập Hiệp hội du lịch Việt Nam số 18/2002/QĐ-BNV ngày 25 tháng 12 năm 2002 [Décision N° 18/2002/QĐ-BNV du 25/12/2002 du Ministre de l'Intérieur sur la fondation de l'Association du tourisme du Vietnam], 1p.
- Nghị định số 92/2002/NĐ-CP ngày 11/11/2002 Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Di sản văn hóa [Décret N° 92/2002/NĐ-CP du 11/11/2002 règlementant l'exécution de certains articles de la Loi des Patrimoines culturels], 26p.
- Chỉ thị số 05/2002/CT-TTg ngày 18/02/2002 của Thủ tướng Chính phủ về “Tăng cường các biện pháp quản lý, bảo vệ cổ vật trong di tích và ngăn chặn nạn đào bới, trục vớt trái phép di chỉ khảo cổ học” [Directive N° 05/2002/CT-TTg du 18/02/2002 du Premier Ministre relative au renforcement des mesures de gestion et de protection des objets antiques appartenant aux monuments et à l'interdiction de l'exploitation illégale des stations archéologiques], 2p.
- Nghị định của chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục du lịch số 94/2003/ND - CP ngày 19/8/2003 [Décret gouvernemental N° 94/2003/ND - CP du 19/8/2003 règlementant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'Administration nationale du tourisme], 5p.
- Nghị quyết số 08/2004/NQ-CP ngày 30 tháng 6 năm 2004 của chính phủ về tiếp tục đẩy mạnh phân cấp quản lý nhà nước giữa chính phủ và chính quyền Tỉnh, thành phố trực thuộc TW. [Résolution gouvernementale N° 08/2004/NQ-CP du 30/6/2004 relative au renforcement de la délocalisation dans la gestion étatique entre le gouvernement, les autorités locales des provinces et des villes dépendant du pouvoir central], 9p.
- Quy định về bồi thường tái định cư khi nhà nước thu hồi đất trên địa bàn Tỉnh Khánh Hoà, kèm theo Quyết định số 41/2005 QĐ -UBND ngày 10/5/2005. [Règlement du Comité Populaire de Khanh Hoa relatif à l'indemnisation de la réinstallation des personnes affectées



### *Références bibliographiques*

par le projet étatique de récupération des terrains à Khanh Hoa, accompagnée par la Décision N° 41/2005/QĐ-UBND du 10/5/2005], 5p.

- Luật phòng, chống tham nhũng của nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt nam số 55/2005/QH ngày 29 tháng 11 năm 2005 [Loi de la prévention et de la lutte contre des corruptions de la République Socialiste du Vietnam numéro 55/2005/QH11 le 29 novembre 2005], 30p.

- Nghị định số 86/2005/NĐ ngày 08/7/2005 của Chính phủ về “ Quản lý và bảo vệ di sản văn hóa dưới nước”[Décret gouvernemental N° 86/2005/NĐ du 08/7/2005 sur la gestion et la protection des patrimoines culturels sous-marins], 14p.

- Quyết định số 156/2005/QĐ-TTg ngày 23/6/2005 của Thủ tướng Chính phủ về “ Phê duyệt Quy hoạch tổng thể hệ thống bảo tàng Việt Nam đến năm 2020”[ Décision N° 156/2005/QĐ-TTg du 23/6/2005 du Premier Ministre sur l’approbation de l’aménagement global du réseau des musées au Vietnam jusqu’en 2020], 8p.

- Quyết định quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của vụ lễ hành số 329/QĐ-TCDL ngày 25/11/2008. [Décision sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle du Département de voyages, N° 329/QĐ-TCDL du 25/11/2008], 4p.

- Hướng dẫn 43/2008/TTLT-BVHTTDL-BNV ngày 06 tháng 6 năm 2008 về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch thuộc Ủy ban nhân dân cấp tỉnh, phòng văn hoá và thông tin thuộc Ủy ban nhân dân cấp huyện. [Directive N° 43/2008/TTLT-BVHTTDL-BNV du 06/06/2008 sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle du Service de la culture, des sports et du tourisme relevant du Comité Populaire provincial et du Bureau de la culture et d’information relevant du Comité Populaire du district] 13p.

- Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 30 tháng 12 năm 2008 về Hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch [Circulaire N° 88/2008/TT-BVHTTDL du 30/12/2008 du Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme sur l’exécution du Décret gouvernemental N° 92/2007/NĐ-CP du 01/06/2007 relatif à certains articles sur l’hébergement de la Loi du Tourisme], 28p.

- Quyết định 13/2010/QĐ-UBND ngày 31/7/2010 của UBND tỉnh Khánh Hoà về Hướng dẫn thực hiện một số thủ tục và phân cấp, ủy quyền quản lý đối với các dự án đầu tư sử dụng nguồn vốn ngân sách Nhà nước trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa.[Décision N° 13/2010/QĐ-UBND du 31/7/2010 du Comité Populaire de Khanh Hoa sur la réalisation des procédures, la délocalisation des pouvoirs et la délégation de gestion pour les projets d’investissement mobilisant le budget de l’Etat à Khanh Hoa], 10p.

### ***Références bibliographiques***

- Nghị quyết số 03/NQ-HĐND ngày 7 tháng 4 năm 2011 của Hội đồng nhân dân Tỉnh Khánh Hoà về việc thông qua đề án điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng thành phố Nha Trang, tỉnh Khánh Hoà đến năm 2025 [Résolution N°03/NQ-HĐND du 7/4/2011 du Conseil populaire de Khanh Hoa relative la modification du plan d'aménagement général de la ville de Nha Trang, province de Khanh Hoa jusqu'en 2025], 2p.
- Chỉ thị 11/CT-UBND về việc nghiêm cấm các hình thức xả thải, đánh bắt, nuôi trồng thủy sản tại Vịnh Nha Trang, ngày 25 tháng 3 năm 2011. [Directive 11/CT-UBND du 25/3/2011 du Comité populaire de Khanh Hoa relative à l'interdiction des rejets de déchets, de la pêche et de l'élevage des produits aquacoles dans la Baie de Nha Trang], 3p.
- Thông tư số 88/2008/TT-BVHTTDL ngày 30 tháng 12 năm 2008 về Hướng dẫn thực hiện Nghị định số 92/2007/NĐ-CP ngày 01 tháng 6 năm 2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Du lịch về lưu trú du lịch [Circulaire N° 88/2008/TT-BVHTTDL du 30/12/2008 du Ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme sur l'exécution du Décret gouvernemental N° 92/2007/NĐ-CP du 01/06/2007 relatif à certains articles sur l'hébergement de la Loi du Tourisme], 28p.
- Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30 tháng 6 năm 2009 về trợ giúp phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ [Décret gouvernemental N° 56/2009/NĐ-CP du 30/6/2009 sur le soutien des petites et moyennes entreprises], 10p.

**RAPPORTS ADMINISTRATIFS ET RECHERCHES LOCALES**

- Association du tourisme de Khanh Hoa (2005) *Charte de l'association du tourisme de Khanh Hoa*, 3p.
- Association du tourisme de Khanh Hoa *Báo cáo tổng kết Hiệp hội du lịch Khánh Hoà nhiệm kỳ II (2007-2009)* [*Bilan de l'Association du tourisme de Khanh Hoa, 2e mandat 2007-2009*], n°220-09/BCTK du 30 novembre 2009, 5p.
- Bureau de compétence culturelle – SCST de Khanh Hoa *Báo cáo tình hình thi hành Luật Di sản văn hóa* [*Rapport sur l'exécution de la Loi des patrimoines culturels*], document inédit, Nha Trang en 2010, 7p.
- Bureau de la culture et de l'information - Comité Populaire de la ville de Nha Trang *Bảng tổng hợp các cơ sở lưu trú trên địa bàn thành phố Nha Trang*, số 497/VH-TT ngày 18 tháng 6 năm 2010 [*Inventaire des hébergements à Nha Trang*], n° 497/VH-TT du 18 juin 2010, 2010, 17p.
- BSPS *Dự thảo báo cáo tóm tắt nghiên cứu đánh giá tác động của dự án DANIDA/BSPS/Hợp phần 1 «xúc tiến môi trường kinh doanh cấp tỉnh» và đề xuất các giải pháp* [*Projet de rapport sur l'évaluation des impacts du projet DANIDA/BSPS/ partie 1 « promotion de l'environnement commercial au niveau provincial » et solutions proposées*]. Khanh Hoa 5/2009, 25p.
- Centre de la protection de patrimoine et du paysage - SCST de Khanh Hoa *Báo cáo kết quả công tác quản lý di tích- danh lam thắng cảnh* [*Rapport sur la gestion des monuments et des sites*], n° 46/BC-QLDT du 14 septembre 2009, 6p.
- Comité provincial du Parti de Khanh Hoa *Dix programmes économiques importants de la province de Khanh Hoa*. Documents inédits, 2005, 11p.
- Comité populaire de Nha Trang *Báo cáo số 813/BCD của UBND Thành phố Nha Trang ngày 15 tháng 10 năm 2010 về kết quả thực hiện chương trình phát triển du lịch và thương mại thành phố từ năm 2006 đến năm 2010*. [*Rapport N° 813/BCD du 15/10/2010 du Comité Populaire de Nha Trang sur la réalisation du programme de développement touristique et commercial de la ville de 2006 à 2010*], 2010, 11p.
- Comité Populaire de Khanh Hoa *Báo cáo tổng hợp điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020* [*Rapport sur les modifications de l'aménagement global du développement touristique de Khanh Hoa jusqu'en 2010 et orientation jusqu'en 2020*], Khanh Hoa 2/2007, 130p.
- Comité Populaire de Khanh Hoa *Báo cáo tổng hợp điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển thủy sản Tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020* [*Rapport sur le plan de*

## **Références bibliographiques**

*l'aménagement global des produits aquatiques de Khanh Hoa jusqu'en 2010 et orientation jusqu'en 2020*], Khanh Hoa 4/2010, 110p.

- Comité Populaire de Khanh Hoa *Báo cáo tổng hợp điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển giao thông van tại Tỉnh Khánh Hoà đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020* [Rapport sur le plan de l'aménagement global des transports de Khanh Hoa jusqu'en 2010 et orientation jusqu'en 2020], Khanh Hoa 7/2010, 100p.

- Comité populaire de Khanh Hoa *Quyết định số 1260/QĐ-UBND ngày 18/7/2007 V/v phê duyệt dự án Quy hoạch chi tiết nuôi trồng thủy sản vùng mặt nước vịnh Nha Trang và vịnh Cam Ranh đến năm 2015* [Décision 1260/QĐ-UBND du 18/7/2007 sur l'approbation du projet Aménagement de l'élevage des produits aquatiques dans les eaux des Baies de Nha Trang et de Cam Ranh jusqu'en 2015], 2p.

- Comité Populaire du quartier de Vinh Nguyen *Báo cáo tình hình triển khai và kết quả thực hiện các chương trình kinh tế - xã hội giai đoạn 2006-2010* [Rapport sur la mise en place et les résultats des programmes socio-économiques étape 2006-2010], Vinh Nguyen 2010, 9p.

- Réserve de la baie de Nha Trang *Composant sur les moyens de subsistance durable à l'intérieur et autour des réserves marines* [ Rapport des résultats d'examen de la biodiversité des réserves marines], 2010, 14p.

- Kbiz (équipe) *Báo cáo nghiên cứu phát triển ngành du lịch Khánh Hoà* [Etude du développement touristique de Khanh Hoa], Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, Nha Trang 12/2008, 72p.

- Kbiz (équipe) *Báo cáo nghiên cứu đánh giá vai trò đại diện cộng đồng doanh nghiệp của các hiệp hội kinh doanh, đề xuất mô hình hoạt động hiệu quả nhất cho các hiệp hội kinh doanh tại Khánh Hoà* [Etude d'évaluation du rôle des associations de commerce dans la représentation de la communauté des entreprises – Propositions des modèles de fonctionnement efficace pour les associations de commerce de Khanh Hoa], Service de l'intérieur de Khanh Hoa, Nha Trang 3/2009, 66p.

- Nguyen et al., *Rapport de l'évaluation des récifs coralliens dans la Réserve de la baie de Nha Trang de 2002 à 2007*, Institut scientifique et technique du Vietnam et Institut Océanographique de Nha Trang, Nha Trang 3/2008, 37p.

- Réserve de la baie de Nha Trang *Báo cáo tình hình kinh tế xã hội của Vịnh Nha Trang năm 2010* [Rapport de l'économie et de la société de la Réserve de la baie de Nha Trang en 2010], Nha Trang 11/2010, 35p.

- Réserve de la baie de Nha Trang *Đề cương phương án bảo vệ Vịnh Nha Trang* [Projet de solutions pour protéger la baie de Nha Trang], 2011, 29p.

### ***Références bibliographiques***

- Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa *Báo cáo đánh giá ước thực hiện 5 năm 2006-2010 và dự kiến kế hoạch 5 năm 2011-2015 hoạt động du lịch Tỉnh Khánh Hoà* [Bilan des 5 ans de réalisation des activités touristiques de Khanh Hoa 2006-2010 et prévisions du plan quinquennal 2011-2015], Nha Trang 9/2009, 10p.
- Service de statistiques de Khanh Hoa *Điều tra chi tiêu khách du lịch năm 2005*[Enquête sur les dépenses des touristes], document inédit, 2005, 12p.
- Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa *Điều tra chi tiêu khách du lịch năm 2010* [Enquête sur les dépenses des touristes en 2010], document inédit, 2010, 22p.
- Tong, P.H.S. *Điều tra hiện trạng phân bố rạn san hô vùng biển ven bờ Tỉnh Khánh Hoà làm cơ sở quy hoạch, bảo vệ, phục hồi và sử dụng bền vững*. [Enquête sur la distribution des récifs coralliens sur le littoral de Khanh Hoa – élément incontournable pour l'aménagement, la protection, la restitution et l'exploitation durables de ces récifs], Institut océanographique Nha Trang, Nha Trang 2/2008, 120p.
- Vo Sang, X.L. (2010) *Phát triển ngành du lịch (gồm DNNVV) đến năm 2015 tại Tỉnh Khánh Hoà* [Développement touristique des PME de Khanh Hoa jusqu'en 2015], Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, 2010, 68p.

**ANNEXES**

*Annexe 1. La densité de population de la ville de Nha Trang en 2010.*

N°	Noms	Superficie (Km2)	Nbre de résidents	Personne /Km2
0		252,596	393 533	1.558
1	Quartier urbain Vĩnh Hòa	11,927	15115	1267
2	Quartier urbain Vĩnh Hải	4,487	23065	514
3	Quartier urbain Vĩnh Phước	1,444	26439	18310
4	Quartier urbain Vĩnh Thọ	0,6205	9583	15444
5	Quartier urbain Ngọc Hiệp	3,468	19031	5488
6	Quartier urbain Vạn Thắng	0,35	10664	30469
7	Quartier urbain Phương Sơn	0,4601	10258	22295
8	Quartier urbain Xương Huân	0,5918	11113	18778
9	Quartier urbain Vạn Thạnh	0,3701	12665	3422
10	Quartier urbain Phương Sài	0,383	10106	26386
11	Quartier urbain Phước Tân	0,4839	14170	29283
12	Quartier urbain Phước Tiến	0,28	9687	34596
13	Quartier urbain Phước Hải	2,5614	19510	7617
14	Quartier urbain Phước Long	4,3578	27507	6312
15	Quartier urbain Lộc Thọ	1,3783	11999	8706
16	Quartier urbain Phước Hòa	0,945	11935	1263
17	Quartier urbain Tân Lập	0,61	14841	2433
18	Quartier urbain Vĩnh Nguyên	42,618	20606	484
19	Quartier urbain Vĩnh Trường	2,3719	15672	6607
20	Commune rurale Vĩnh Lương	46,1718	14470	313
21	Commune rurale Vĩnh Phương	32,5025	12498	385
22	Commune rurale Vĩnh Ngọc	8,7815	16133	1837
23	Commune rurale Vĩnh Thạnh	3,5031	10927	3119
24	Commune rurale Vĩnh Hiệp	2,6244	7979	3040
25	Commune rurale Vĩnh Trung	7,929	8092	1021
26	Commune rurale Vĩnh Thái	14,4105	9774	678
27	Commune rurale Phước Đồng	56,9617	19694	346

Source: Bureau des statistiques (Comité Populaire de la ville de Nha Trang en 2010)

***Annexe 2. Fiche d'entretiens semi-dirigés auprès des autorités locales.***

1. Pensez que le secteur touristique actuel contribue au développement local?.
2. Quelles sont les priorités que vous donnez au tourisme? (*sociale, économique, environnementale, culturelle, etc.*). Pourquoi?.
3. Quelles sont, à votre avis, les atouts de l'offre touristique de Nha Trang (ville et baie)?.
4. Quelles sont, à votre avis, les faiblesses de l'offre touristique de Nha Trang? (ville et baie)?.
5. Pensez vous que le développement du tourisme a changé la vie de la population locale? Si Oui? Comment?.
6. Quelles sont les actions générales mises en œuvre afin de développer le tourisme?.
7. Est-ce que les autorités locales ont informé les professionnels du tourisme et la population locale sur le développement touristique local? Comment?.
8. On parle beaucoup du tourisme durable. Qu'est-ce que vous entendez par le tourisme durable?.
9. Qu'est-ce que vous attendez du développement du tourisme?.
10. Que représente pour vous votre héritage culturel?.
11. A votre avis, quel intérêt de conserver l'héritage culturel?. Pour qui? et Pourquoi faire?.
12. D'après vous, afin d'assurer la durabilité du tourisme, qui serait l'initiative du développement du tourisme? Expliquez votre choix?.
13. Comment associeriez-vous la population locale et les professionnels du tourisme à la préservation de l'héritage culturel?.
14. Comment ferez-vous pour inscrire cet héritage culturel dans une démarche touristique durable?.
15. Afin d'aider la durabilité du tourisme, vous avez des autres idées à ajouter?.



**Annexe 3. Nombre de résidents pauvres par quartier urbain/commune rurale en 2009, en 2010 et en 2011 de la ville de Nha Trang.**

N°	Noms	Nombre de résidents pauvres		
		2009	2010	2011
1	Quartier urbain Vĩnh Hòa	1.270	957	594
2	Quartier urbain Vĩnh Hải	682	515	472
3	Quartier urbain Vĩnh Phước	2.615	2.079	1.712
4	Quartier urbain Vĩnh Thọ	467	318	233
5	Quartier urbain Xương Huân	1.348	1.193	943
6	Quartier urbain Vạn Thạnh	1.388	860	503
7	Quartier urbain Vạn Thắng	996	777	675
8	Quartier urbain Phương Sài	665	526	362
9	Quartier urbain Phương Sơn	848	568	386
10	Quartier urbain Ngọc Hiệp	1.125	851	583
11	Quartier urbain Phước Hải	1.256	927	838
12	Quartier urbain Phước Hòa	538	363	230
13	Quartier urbain Phước Tân	817	573	450
14	Quartier urbain Phước Tiến	241	163	54
15	Quartier urbain Tân Lập	287	191	120
16	Quartier urbain Lộc Thọ	238	169	134
17	Quartier urbain Phước Long	1.123	701	531
18	Quartier urbain Vĩnh Trường	4.687	3.683	2.025
19	Quartier urbain Vĩnh Nguyên	1.845	1.172	652
20	Commune rurale Vĩnh Thái	1.044	343	466
21	Commune rurale Vĩnh Ngọc	495	732	457
22	Commune rurale Vĩnh Hiệp	505	313	219
23	Commune rurale Vĩnh Thạnh	1.274	1.009	673
24	Commune rurale Vĩnh Trung	365	201	108
25	Commune rurale Vĩnh Phương	2.129	1.133	699
26	Commune rurale Vĩnh Lương	1.824	1.274	803
27	Commune rurale Phước Đồng	1.381	990	909
	<b>Tổng</b>	<b>31.453</b>	<b>22.581</b>	<b>15.831</b>

Source: LE Thi My Binh (2011) à partir de données des décisions N° 617/QĐ-UBND du 20/02/2009 ; N° 241/QĐ-UBND du 22/01/2010 ; N° 3812/QĐ-UBND du 30/12/2010 du Comité Populaire de la ville de Nha Trang sur l'approbation du nombre de résidents pauvres.

**Annexe 4. Questionnaires réalisés auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang.**

**QUESTIONS GÉNÉRALES SUR LE TOURISME ACTUEL A NHA TRANG**

1a. Avez-vous une activité économique en lien avec le tourisme? (Cochez une case)

- Non → (Passez à la question 2a)  
 Oui → (Passez à la question 1b)

1b. Quelles sont les activités suivantes liées au tourisme que vous exercez? (Plusieurs cases sont possibles)

- Transporteurs en yole  
 Employés aux entreprises touristiques à Nha Trang  
 Fournisseurs de fruits de mer aux restaurants  
 Vendeurs d'objets de souvenir  
 Vendeurs de boissons et des aliments  
 Location de l'hôtel  
 Autres métiers: .....

2a. Avez-vous déjà visité des sites touristiques à Nha Trang (dans les îles et sur la côte? (Cochez une case)

- Non → (Passez à la question 2b)  
 (Oui) → (Passez à la question 2c)

2b. Pourquoi n'avez-vous pas visité les sites touristiques à Nha Trang? (Cochez une case)

- Pas le temps  
 Pas l'habitude de voyager  
 Tickets d'entrée aux sites touristiques chers  
 Rien d'intéressant  
 Autres raisons. Précisez: .....

2c. Quels sont les sites touristiques que vous avez visités à Nha Trang? et Combien de fois? (Cochez les cases appropriées)

(Sites touristiques)	Nombre de visites			
	(de 1 à 3 )	(de 4 à 6)	(de 7 à 10)	(Plus de 10)
Temples Po Nagar				
Rochers Empilés				
Bain de boue Thap Ba				
Pagode Long Son				
Vinpearl land				
Ile Tam				
Autres îles: île Mot, Bai Mini, Bai Tranh				
Autres sites touristiques Précisez: .....				

**Annexe 4. Questionnaires réalisés auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang.**

3. D'après vous, quels sont les trois points forts du tourisme à Nha Trang?. Classez par ordre d'importance (1,2,3...). Plus important: 1

- Beaux paysages
- Climat tempéré et agréable
- Hôtels, restaurants et villégiatures de qualité et nombreux
- Bonne nourriture, adaptée au goût des touristes
- Importance du tourisme balnéaire
- Sensibilisation de la population locale à la protection de l'environnement
- Population locale accueillante
- Bons équipements: parkings, routes, transports, etc.
- Produits-souvenirs beaux et variés)
- Autres points forts. Précisez): .....

4. D'après vous, quels sont les trois points faibles du tourisme à Nha Trang?. Classez par ordre d'importance (1,2,3...). Plus important: 1

- Produits touristiques pauvres, monotones. Rien de particulier par rapport aux autres destinations touristiques.
- Insécurité: vol, racolage, mendicité, etc.
- Aménagement touristique faible: manque de vue globale, construction excessive d'hôtels détériorant les paysages
- Promotion touristique insuffisante)
- Problèmes d'hygiène, ordures jetées partout dans les rues
- Niveau limité en langue étrangère chez les résidents
- Prix instable
- Loisirs nocturnes insuffisants
- Services touristiques faibles
- Manque de compétences des personnels du tourisme
- Autres points faibles. Précisez) .....

5a. Le développement actuel du tourisme a-t-il un impact sur votre vie?

- Non → (Passez à la question 6)
- Oui. Comment?
- Pire → (Passez à la question 5b)
- Mieux → (Passez à la question 5c)
- Autres avis. Précisez: .....

5b. Quels éléments suivants ont-ils des impacts négatifs sur votre vie? (Plusieurs cases sont possibles)

- Hausse des prix
- Circulation des résidents, empêchés par l'installation des bus dans la rue
- Baisse des revenus
- Augmentation des fléaux sociaux
- Eau, terre, air pollués

**Annexe 4. Questionnaires réalisés auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang.**

- Dégradation des paysages naturels par la construction des complexes touristiques
- Vêtements des touristes internationaux, non conformes aux traditions asiatiques.
- Mal à dormir, faute de bruits causés par les touristes.
- Ordures jettées partout par les touristes.
- Autres. Précisez .....

5c. Quels intérêts vous apporte le développement touristique local? (Plusieurs réponses sont possibles)

- Opportunités d'emploi
- Commerce plus favorable
- Possibilités de visiter les centres touristiques chez la population locale
- Savoir-vivre amélioré de la population locale
- Environnement de plus en plus vert, propre et beau
- Contacts agréables et fructueux avec les touristes
- Autres. Précisez) .....

6. Quelle est votre évaluation générale sur le développement touristique à Nha Trang actuel de la localité?. (Cochez une case)

- Pas de retombées véritables pour la population locale
- Spontané
- Acceptable
- Bon
- Très bon
- Autres. Précisez .....

7a. Voudriez-vous qu'il y ait ...(Cochez une case)

- Plus de touristes
- Autant de touristes
- Moins de touristes
- Autres. Précisez .....

7b. Expliquez votre choix .....

*Annexe 4. Questionnaires réalisés auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang.*

**QUESTIONS DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE LOCAL DANS L'AVENIR**

8. Avez- vous entendu parler du tourisme durable?

- Oui → (Passez à la question 9)  
 Jamais → (Passez à la question 10a)

9. D'après vous, qu'est – ce que veut dire le tourisme durable?. (Classez par ordre d'importance 1,2,3...). Plus important: 1

- Fidéliser les touristes  
 Construire des infrastructures durables  
 Maintenir de hauts bénéfices pour les entreprises et la localité  
 Faire profiter à l'ensemble des membres de la société des bénéfices  
 Garder propres et verts les paysages et l'environnement  
 Autres opinions. Précisez: .....

10a. D'après vous, afin d'assurer le tourisme durable à Nha Trang, qui doit être à l'initiative?. (Classez par ordre d'importance 1,2,3). Plus important: 1

- Autorités locales  
 Entreprises touristiques  
 Population locale

10b. Expliquez votre choix .....

11a. Souhaiteriez-vous participer au développement touristique local dans l'avenir? (Cochez une case)

- Non → (Passez à la question 11b)  
 Oui → (Passez à la question 11b)

11b. Pourquoi ne participerez-vous pas au développement touristique local dans l'avenir? (Cochez une case)

- Pas de temps  
 Pas d'intérêt  
 Pas de formation concernant le tourisme  
 Autres raisons. Précisez: .....

11c. Qu'est – ce que vous feriez pour contribuer au développement touristique local? (Plusieurs cases sont possibles)

- Améliorer la prise de conscience de la protection de l'environnement: ne pas jeter des ordures, planter des arbres, ne pas arracher de coraux)  
 être prêt à informer les touristes: indiquer le chemin, marché, poste, centre touristique, etc.  
 Avoir une attitude positive envers les touristes  
 Etre guide volontaire aux sites touristiques  
 Proposer des chambres d'hôte  
 Apprendre de langues étrangères afin de faciliter la communication avec les touristes  
 Autres. Précisez .....

**Annexe 4. Questionnaires réalisés auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang.**

12. Pour assurer le tourisme durable, que devraient faire les autorités locales?) (Plusieurs cas possibles)

- Préserver le patrimoine culturel et bâti (sites, pagodes, temples, ..) et le patrimoine culturel immatériel (Fêtes des pêcheurs, Chant Ba Trao, gastronomie, habit traditionnel, etc.) de la localité et les valoriser)
- Réfléchir à un aménagement logique entre industrie, agriculture, service et tourisme
- Localiser en des endroits appropriés la vente des produits alimentaires et celle de souvenirs
- Sonder la population locale sur la conception du plan d'aménagement touristique
- Respecter la nature lors de la construction des complexes touristiques
- Rester dans une activité touristique conforme à la loi
- Construire des équipements nécessaires (centre de service médical d'urgence pour les touristes, parking, parc à thème, centre commercial, etc.)
- Diminuer les impôts pour les activités touristiques
- Informer la population locale sur les métiers du tourisme
- (Accorder la priorité aux entreprises qui embauchent davantage les employés locaux)
- Permettre aux résidents locaux d'ouvrir des types d'hébergement sur l'île comme chambre d'hôte.
- Autres. Précisez .....

13. Avez-vous d'autres avis pour promouvoir le tourisme durable dans la baie de Nha Trang?  
.....

**QUELQUES INFORMATIONS PERSONNELLES**

14. Quel est votre âge?

- de 20 ans à 30 ans
- de 31 ans à 40 ans
- de 41 ans à 50 ans
- de 51 ans à 60 ans
- Plus de 60 ans

15. Quelle est votre profession?

- fonctionnaire
- pêcheur
- vendeur
- retraité
- ouvrier
- autres métiers

16. Dans quel quartier résidez-vous?

- (Quartier 1 Trần Phú (Lộc Thọ)
- (Quartier 2 Tuệ Tĩnh (Lộc Thọ)
- (Quartier 3 Trần Quang Khải (Lộc Thọ)
- (Quartier 18 HHT + LTT (Lộc Thọ)
- (Autres quartiers (P. Lộc Thọ)
- (Quartier 1 Cầu Đá (Vĩnh Nguyên)
- (Quartier 2 Cầu Đá (Vĩnh Nguyên)
- (Quartier 2 Trí Nguyên (Vĩnh Nguyên)
- (Quartier 3 Trí Nguyên (Vĩnh Nguyên)
- (Autres quartiers (Vĩnh Nguyên)
- Quartier Hòn Một (Vĩnh Nguyên)
- Quartier Đầm Bậy (Vĩnh Nguyên)
- Quartier Bích Đầm (Vĩnh Nguyên)
- (Quartier 1 Trí Nguyên (Vĩnh Nguyên)

**Annexe 5. Questionnaires auprès des touristes.**

Université de la Réunion  
LE, Thi My Binh  
Doctorat de géographie  
(Spécialité Tourisme)

Date:.....

Lieu: .....

N°:.....

Cette enquête sur le tourisme durable en s'attachant sur l'aspect socioculturel auprès des touristes internationaux et nationaux vise à répondre à deux objectifs :

1. identifier les activités touristiques effectuées par les touristes en question ;
2. évaluer leurs satisfactions concernant les infrastructures, les produits touristiques, le personnel du tourisme.

(Merci de cocher dans la case qui vous convient)

**QUESTIONS SUR VOTRE SÉJOUR A NHA TRANG**

1. Est-ce que votre premier séjour à Nha Trang?

Oui

Non

2. Combien de temps y restez vous?

Moins de 1 jours.

De 8 à 10 jours.

De 2 à 4 jours.

Plus de 10 jours.

De 5 à 7 jours.

3. Classez votre choix par ordre d'importance (1, 2, 3, 4, 5...)(Plus important:1)

Quelles ont été vos pratiques touristiques principales à Nha Trang?

Natation.

Plongée.

Balade en bateau.

Visite de sites culturels.

Découverte de maisons anciennes.

Découverte des activités quotidiennes (marché, commerçants,...).

Découverte du patrimoine immatériel (chants, danses, mœurs et coutume, etc.).

Autres: Précisez .....

4. De quelle façon avez - vous connu Nha Trang et sa baie?

Presse écrite.

Par des amis.

Agence de voyage.

Télévision

Internet.

Autres: Précisez .....

5. Numérotez vos réponses par ordre d'importance (1, 2, 3, 4, 5...) (Plus important:1)

Pourquoi avez-vous choisi la baie de Nha Trang pour vos vacances?

C'est une région que je ne connais pas.

Images diffusées dans les guides et les prospectus touristiques.

+  Goût pour sa plage.

+  Intérêt pour sa richesse culturelle.

+  Intérêt pour ses richesses sous-marines.

**Annexe 5. Questionnaires auprès des touristes.**

- +  Gastronomie.
- +  Climat.
- +  Caractère familial de la station.
- Visite familiale ou amicale.
- Autres: Précisez .....

6. Quels sont les sites touristiques que vous avez visités?

.....

7. Classez par ordre d'importance (1, 2, 3, 4...). (Plus important: 1)

Quels souvenirs avez-vous acheté?

- Carte postale.
- Produits artisanaux (objets en bois, en bronze, en sable, etc.).
- Produits du terroir (nid d'hirondelle, crevettes et poissons séchés, nuoc mam, etc.).
- Souvenirs de la mer (coquillage, sable...)
- Vêtements.
- Autre: Précisez: .....

<b>QUESTIONS SUR L'ÉVALUATION DES PRESTATIONS DE SERVICES</b>
---

8. Comment trouvez vous le comportement du personnel travaillant dans le domaine du tourisme?

	Très satisfaisant <i>(Excellent)</i>	Assez Satisfaisant <i>(Satisfaisant)</i>	Satisfaisant <i>(Correct)</i>	Peu satisfaisant <i>(Médiocre)</i>	Pas du tout Satisfaisant <i>(Inadmissible)</i>
Hôtels					
Restaurants					
Transports					
Clubs de plongée					
Sites touristiques					
Agences de voyage					

Expliquez votre choix: .....



**Annexe 5. Questionnaires auprès des touristes.**

9. Comment évaluez vous la compétence du personnel travaillant dans le domaine du tourisme?

	Très compétent (Très compétent)	Assez compétent (Professionnel)	Compétent (Sérieux mais peu formé)	Peu compétent (Amateur)	Pas du tout compétent (Incompétent)
Hôtels					
Restaurants					
Transports					
Clubs de plongée					
Sites touristiques					
Agences de voyage					

Expliquez votre choix: .....

10. Comment évaluez vous la qualité de services offerts par les établissements suivants ?

	<i>Excelente</i>	<i>Bonne</i>	<i>Satisfaisante</i>	<i>Passable</i>	<i>inacceptable</i>
Hôtels					
Restaurants					
Transports					
Clubs de plongée					
Sites touristiques					
Agences de voyage					

Expliquez votre choix: .....

11. Quelles sont, à votre avis, les atouts de l'offre touristique dans la baie de Nha Trang?  
(deux choix maximum) .....

12. Quelles sont, à votre avis, les faiblesses de l'offre touristique dans la baie de Nha Trang?  
(deux choix maximum) .....

13. Comment évalueriez vous votre séjour dans la baie de Nha Trang?

Excellent	Satisfaisante	Pas satisfaisante
10 9 8	7 6 5	4 3 2 1

14. Recommanderiez – vous cette destination touristique à vos amis?

Oui  Non

Expliquez votre choix: .....

15. Afin d'assurer la durabilité du tourisme à Nha Trang, avez – vous d'autres idées à ajouter?

.....

*Annexe 5. Questionnaires auprès des touristes.*

**RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

16. Quel est votre sexe?

Masculin.

Féminin.

17. Quel est votre nationalité? .....

18. Quel est votre âge?

Moins de 20 ans.

De 21 à 30 ans.

De 31 à 40 ans.

De 41 à 50 ans.

Plus de 50 ans.

**Merci de votre collaboration.**

*Annexe 6. Prix des aliments en 2009 et 2010 à Nha Trang.*

**Tableau 1 : Prix des aliments en 2009**

Unité: VND/kg

Articles	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
<b>Riz</b>	7.000	7.000	7.100	7.100	7.070	7.000	7.100	7.100	7.025	7.175	7.500	8.350
<b>Porc</b>	78.000	70.000	75.000	75.000	75.000	70.000	65.000	67.500	67.500	65.000	68.750	70.000
<b>Boeuf</b>	130.000	120.000	125.000	125.000	125.000	123.750	125.000	130.000	130.000	130.000	131.250	128.700
<b>Poulet</b>	85.000	75.000	75.000	72.500	72.500	70.000	65.000	62.500	57.500	69.000	72.500	67.500
<b>Thon</b>	120.000	100.000	90.000	90.000	90.000	88.750	135.000	110.000	120.000	141.250	120.000	100.000
<b>Jambon</b>	120.000	100.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
<b>Chou</b>	10.000	5.000	4.500	4.000	5.000	4.250	4.000	6.500	5.750	6.500	7.000	6.500
<b>Courgette</b>	10.000	5.000	4.500	4.000	5.000	5.000	5.000	5.000	4.500	5.500	6.500	5.000
<b>Tomate</b>	12.000	7.000	6.500	6.000	8.000	6.500	7.000	7.500	7.000	8.750	10.000	8.250

Source: LE Thi My Binh (2011) à partir de données du Service de la finance (2011)

**Tableau 2 : Prix des aliments en 2010**

Unité: VND/kg

Articles	Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sep.	Oct.	Nov.	Déc.
<b>Riz</b>		10.000	9.600	8.800	8.500	8.238	8.275	8.725	9.375	9.300	10.125	10.500
<b>Porc</b>		76.250	70.000	70.000	70.000	72.500	70.000	58.750	63.750	68.000	73.750	70.000
<b>Boeuf</b>		148.166	143.375	140.000	137.500	140.000	135.000	137.500	140.000	140.000	147.500	142.500
<b>Poulet</b>		76.000	60.000	54.250	60.000	60.000	60.000	71.250	70.000	64.600	61.500	62.500
<b>Thon</b>		139.166	135.000	115.000	112.000	105.000	107.500	146.250	170.000	178.000	180.000	163.750
<b>Jambon</b>		111.666	110.000	100.000	95.000	90.000	90.000	90.000	90.000	94.000	100.000	100.000
<b>Chou</b>		7.000	6.750	6.750	8.250	8.000	7.250	8.750	6.750	6.800	10.000	6.500
<b>Courgette</b>		4.000	5.000	5.000	5.500	5.500	5.000	5.750	5.000	5.000	7.250	6.750
<b>Tomate</b>		8.000	8.000	7.500	10.500	11.000	10.000	10.000	8.000	8.800	11.500	7.750

Source: LE Thi My Binh (2011) à partir de données du Service de la finance (2011)

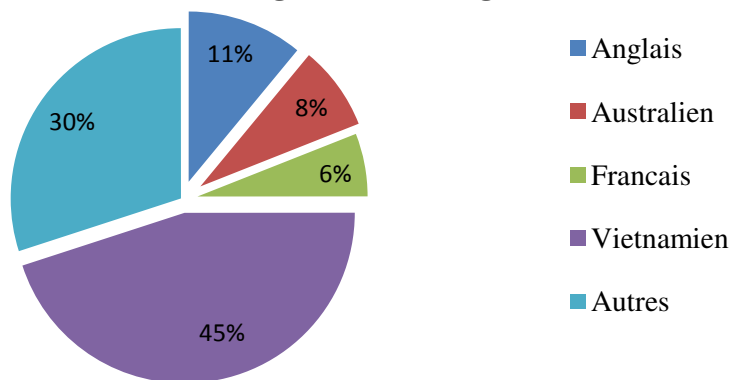
*Annexe 7. Comparaison thématique du tourisme balnéaire vietnamien et occidental*

	<b>Chez les touristes vietnamiens</b>	<b>Chez les touristes occidentaux</b>
<b>Sociabilité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ils viennent en famille, avec leur association, leur tontine, leur groupe de collègues, etc.</li> <li>- Un lieu touristique très fréquenté est signe de gaité.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ils viennent avec en famille, en couple ou avec quelques amis.</li> <li>- Ils fuient la foule, les endroits bruyants et la promiscuité. Préserver l'entre-soi est important.</li> </ul>
	Culture touristique du collectif	Culture touristique de l'individu
<b>Qualité du lieu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le lieu doit être capable d'accueillir beaucoup de monde.</li> <li>- Il doit y avoir tout ce qu'il faut pour s'installer confortablement : tables, chaises, transats, hamacs, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Le lieu doit donner l'impression d'être "préservé" et "naturel" (constructions basses, faible densité du bâti...).</li> <li>- Il doit être "authentique" en reflétant la manière dont on se représente le lieu et son identité.</li> </ul>
	La fonctionnalité du lieu est primordiale	La beauté du lieu est primordiale
<b>Usage de la mer</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ils s'y baignent pour se rafraîchir, s'amuser et profiter des bienfaits de l'eau de mer.</li> <li>- Peu de personnes savent nager.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ils aiment se rafraîchir et se divertir dans l'eau.</li> <li>- La majorité des gens savent nager.</li> <li>- Les sports nautiques sont très développés.</li> </ul>
	Espace récréatif	Espace récréatif et sportif
<b>Usage de la plage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ils n'aiment pas bronzer.</li> <li>- Ils fuient les espaces trop chauds et ensoleillés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les Occidentaux trouvent qu'une peau hâlée est belle et signe de bonne santé.</li> <li>- Ils recherchent la chaleur et le soleil.</li> </ul>
	Espace répulsif	Espace attractif
<b>Hygiène et propreté</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentaire : des restes de crustacés et des bouteilles vides sont à même le sol pour garder la table propre.</li> <li>- Corporelle : Il y a des douches à l'eau douce pour se rincer après le bain de mer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alimentaire : Jeter par terre est sale. Il y a des poubelles partout. La nourriture est conservée au frais. Elle est préparée et présentée à l'occidentale.</li> <li>- Corporelle : Se doucher à l'hôtel est plus confortable.</li> </ul>
	Le propre et le sale sont des notions éminemment culturelles.	
<b>Achats et Commerce</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Il y a des vendeuses ambulantes et des points fixes de vente. C'est pratique.</li> <li>- Ils négocient les prix, ce qui peut permettre de payer moins cher.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Les vendeuses ambulantes sont vues comme une gêne.</li> <li>- Ils préfèrent aller dans des boutiques, les prix sont fixes : la négociation est inutile, ils ont moins l'impression de se faire "arnaquer".</li> </ul>
	Le rapport à l'argent n'est pas le même dans les cultures asiatique et occidentale	

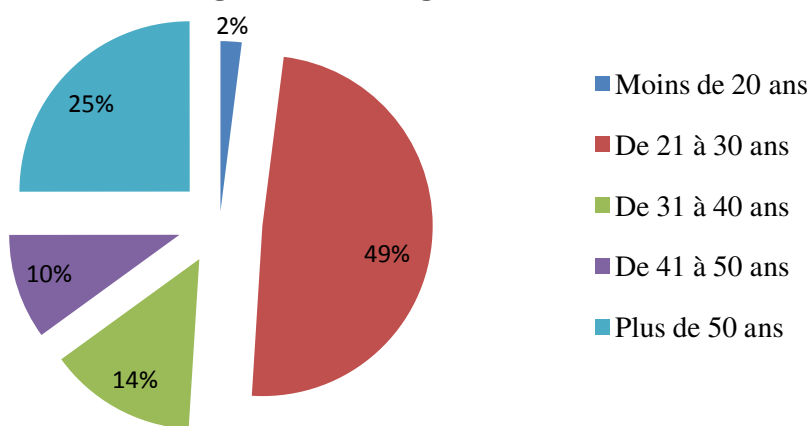
Source : PEYVEL (2009)

**Annexe 8. Informations personnelles de nos touristes interrogés à Nha Trang.**

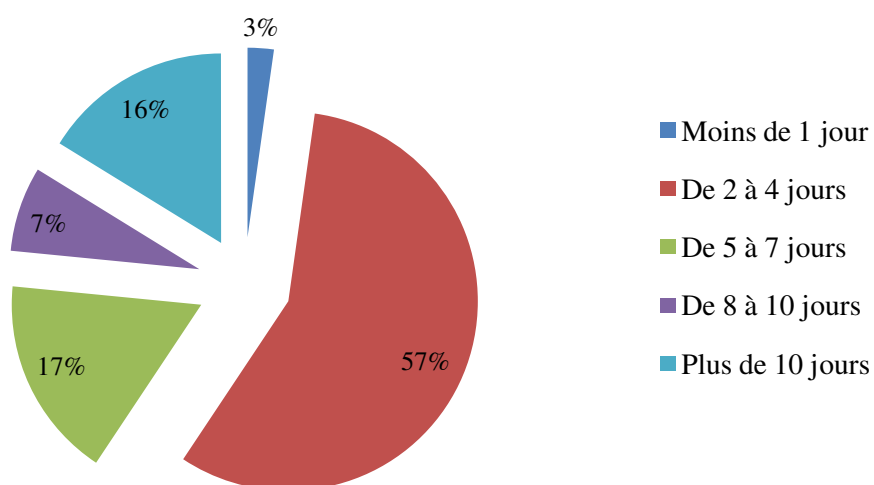
**Nationalité des touristes interrogés à Nha Trang**



**Âge des touristes interrogés à Nha Trang**



**Durée des touristes interrogés à Nha Trang**



Source : LE Thi My Binh (2010)

LE GOUVERNEMENT  
.....

RÉPUBLIQUE SOCIALISTE DU VIETNAM  
Indépendance – Liberté – Bonheur  
.....

Référence: 94/2003/NĐ-CP

*Hà Nội, le 19 août 2003*

## **DECRET**

### **DU GOUVERNEMENT N° 94/2003/NĐ-CP DU 19 AOUT 2003, PORTANT SUR LES FONCTIONS, LES TACHES, LES POUVOIRS ET LA STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DE L'ADMINISTRATION NATIONALE DU TOURISME**

LE GOUVERNEMENT

Vu la Loi de l'organisation du Gouvernement du 25 décembre 2001, l'Ordonnance du tourisme du 08 février 1999 et le Décret gouvernemental N° 30/2003/NĐ-CP du 1er avril 2003 portant sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle des organes dépendant du Gouvernement;

Sur proposition du Directeur de l'Administration Nationale du Tourisme et du Ministre des affaires intérieures,

DECRETE:

#### **Article 1. Position et fonctions**

L'Administration Nationale du Tourisme est un organe dépendant du Gouvernement et représentant l'État dans la gestion du secteur touristique au niveau national. Il est chargé de gérer les services publics du secteur touristique, effectue les tâches et les pouvoirs en tant qu'investisseur de l'Etat dans les entreprises à capitaux étatiques dépendant de l'Administration Nationale du Tourisme conformément à la loi.

#### **Article 2. Tâches et pouvoirs**

L'Administration Nationale du Tourisme possède les tâches et les pouvoirs d'un organe dépendant du Gouvernement en matière de la gestion des secteurs d'activités selon le Décret N° 30/2003/NĐ-CP du 1er avril 2003 portant sur les fonctions, tâches, les pouvoirs et la

***Annexe 9. Décret gouvernemental concernant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'administration nationale du tourisme du Vietnam.***

structure organisationnelle des organes dépendant du Gouvernement. Sont mentionnés ci-après ses tâches et ses pouvoirs:

1. Présider, ou y prendre part, l'élaboration des projets de loi, des ordonnances et des textes réglementaires dans le secteur du tourisme et d'autres textes de loi ayant rapport avec le tourisme sous la direction du Gouvernement et du Premier ministre ;
2. Soumettre au Gouvernement et au Premier ministre les stratégies, les plans d'aménagement, les programmes, les projets à long terme, de durée de 5 ans et annuels, les projets importants de l'organe et du secteur touristique; Procéder à la réalisation des stratégies, des plans d'aménagement, des programmes et des projets ayant été approuvés;
3. Soumettre au Gouvernement et au Premier ministre les textes définissant les critères de définition des différents espaces touristiques du pays ;
4. Soumettre à la signature du ministre délégué par le Premier ministre des textes réglementaires définissant les critères et les dimensions économiques et techniques du secteur touristique ;
5. Expertiser, ou y prendre part, les projets d'aménagement pour le développement touristique des provinces et des villes dépendant du pouvoir central, des zones touristiques du pays et les projets de tourisme ou ayant rapport avec le tourisme selon la demande du Gouvernement et du Premier ministre ;
6. Décider la réalisation des projets d'investissement et de construction dans la mesure de ses compétences conformément à la loi ;
7. Soumettre au Gouvernement et au Premier ministre les conventions de coopération internationale dans le secteur touristique selon les exigences de la loi; procéder à la réalisation des conventions signées avec des partenaires étrangers sous la direction du Gouvernement et du Premier ministre ; faire réaliser et suivre de près les projets d'investissement étrangers ; organiser, et y participer, conformément à la loi, les échanges, les conférences, les événements, les programmes et les projets de coopération internationale ;
8. Diriger, organiser et contrôler l'élaboration des textes législatifs dans le secteur de tourisme ; les vulgariser ;
9. Décider et réaliser des programmes de réforme administrative conçus par l'Administration Nationale du Tourisme en fonction des objectifs et des contenus du projet de réforme administrative ayant été approuvé par le Premier ministre ;
10. Guider, contrôler et organiser les services publics dans le secteur touristique ;

***Annexe 9. Décret gouvernemental concernant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'administration nationale du tourisme du Vietnam.***

11. Organiser, gérer au niveau étatique les activités de promotion touristique au Vietnam et à l'étranger ; délivrer la licence et assurer la gestion étatique vis-à-vis des antennes étrangères de tourisme installées au Vietnam ;
12. Faire des recherches scientifiques, appliquer les progrès de la science et de la technologie dans le secteur touristique ; piloter la réalisation d'enquêtes, de prospection, d'évaluation et de tri des ressources touristiques; diriger et décider les mesures de protection des ressources et zones touristiques ;
13. Collaborer avec d'autres ministères et services concernés pour la formation des ressources humaines dans le secteur touristique ; élaborer et soumettre aux organes étatiques compétents les critères et les titres des cadres, des fonctionnaires et des employés qui travaillent dans le secteur touristique ;
14. Effectuer, conformément à la loi, la gestion étatique des agences de voyage, des guidages touristiques, des hébergements, des transports et d'autres services touristiques, contrôler la délivrance et le retrait des licences de l'organisation de voyages internationaux, des cartes de guide touristique, des certificats de classement des hébergements et d'autres documents administratifs ;
15. Réaliser, conformément à la loi, les missions et les compétences de l'investisseur de l'Etat dans les entreprises à capitaux étatiques dépendant de l'Administration Nationale du Tourisme;
16. Vérifier et résoudre les plaintes, lutter contre la corruption et le gaspillage, sanctionner les violations de la loi et les atteintes aux règlements administratifs dans le secteur touristique ;
17. Assurer, conformément à la loi, la gestion étatique des associations et des organisations non-gouvernementales intervenant dans le tourisme ;
18. Gérer les ressources humaines ; donner les directives concernant les politiques de rémunération, de récompenses et de sanctions vis-à-vis des cadres et des employés travaillant sous la responsabilité de l'Administration Nationale du Tourisme ;
19. Gérer les financements, les biens confiés et l'utilisation du budget accordé ;
20. Faire des rapports réguliers au Gouvernement, au Premier ministre et aux services étatiques concernés ;



*Annexe 9. Décret gouvernemental concernant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'administration nationale du tourisme du Vietnam.*

**Article 3. Structure organisationnelle de l'Administration Nationale du Tourisme**

a) Les services administratifs qui secondent le Directeur de l'Administration Nationale dans la réalisation de ses tâches et ses pouvoirs :

1. Département des agences de voyage ;
2. Département de l'hébergement ;
3. Département des finances et du plan ;
4. Département de coopération internationale ;
5. Département des ressources humaines ;
6. Département de la Législation ;
7. Département de l'inspection ;
8. Département de la promotion touristique ;
9. Bureau administratif.

b) Les services administratifs dépendant de l'Administration Nationale:

1. Institut de recherche et de développement touristique ;
2. Centre d'informatique ;
3. Magazine du tourisme ;
4. Journal du tourisme.

Le Directeur de l'Administration Nationale du Tourisme préside et collabore avec le ministre des affaires intérieures dans la conception du plan d'encadrement d'autres services dépendants et le soumettra à l'accord du Premier ministre.

Le Directeur de l'Administration Nationale du Tourisme est également responsable de l'organisation et de l'encadrement d'autres unités concernées en fonction de la réglementation de la loi.

**Article 4. Effet d'application**

Ce décret prendra effet dans les 15 jours après sa publication au Journal officiel et remplacera le décret N° 20/CP du 27 décembre 1992 portant sur les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'Administration Nationale du Tourisme ainsi que celui N° 53/CP du 07 août 1995 portant sur la structure organisationnelle de l'Administration Nationale du Tourisme et d'autres textes réglementaires à l'encontre de cette présente décision du Gouvernement.

*Annexe 9. Décret gouvernemental concernant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'administration nationale du tourisme du Vietnam.*

**Article 5. Responsabilité d'application**

Le directeur de l'Administration Nationale du Tourisme, les ministres, les chefs des organes équivalents au ministère, les chefs des organes dépendant du Gouvernement et les présidents du comité populaire des provinces et des villes dépendant du pouvoir central ont la responsabilité d'appliquer ce décret.

*Annexe 10. Orientation du développement touristique à travers des congrès nationaux du Parti Communiste du Vietnam.*

**Lors du IV<sup>e</sup> congrès national du Parti Communiste du Vietnam:** Attacher une importance particulière au développement du tourisme, bien organiser l'approvisionnement des navires étrangers et d'autres services». Dans le secteur des services, l'État doit détenir l'entreprise des hôtels et des entreprises de tourisme, réorganiser rapidement le réseau d'installations touristiques, complexes hôteliers en des unités d'affaires.



**Lors du V<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Développer le tourisme, faire du tourisme un secteur économique important digne du potentiel de notre pays dans ce domaine.  
**Lors du VI<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Tout en renforçant l'exportation des marchandises, nous devons créer des conditions favorables au développement des activités qui permettent de récolter **des devises étrangères: tourisme, opération de change, approvisionnement des navires, services aériens ...** Il faut supprimer immédiatement les règlements et les procédures gênants limitant ces activités.



**Lors du VII<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Exploiter les attractions naturelles, la richesse du patrimoine culturel et les autres avantages du pays tout en élargissant la coopération avec les pays étrangers pour développer le tourisme.



**Lors du VIII<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Mettre en œuvre le plan de développement du tourisme vers le tourisme culturel et écologique en rapport avec le potentiel touristique du pays. Développer des programmes et des attractions culturelles, historiques et naturelles. Mobiliser des ressources nécessaires au commerce du tourisme, accorder la priorité à la construction des infrastructures dans la zone touristique et dans les grands centres. Elever le niveau culturel et la qualité de services pour répondre aux besoins des différents types de touristes. Renforcer l'investissement des capitaux nationaux dans les hôtels. Actionnariser certains hôtels pour mobiliser des capitaux d'investissement dans leur rénovation et leur modernisation. Participer financièrement avec des partenaires étrangers dans la construction des stations touristiques et des grands hôtels de haute qualité qui nécessitent des capitaux importants. Transformer les motels et les chambres d'hôtes en des hôtels et des centres touristiques. "



**Lors du IX<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Améliorer la qualité, l'envergure et l'efficacité des activités touristiques. Associer étroitement les secteurs liés au tourisme afin de développer des complexes touristiques importants ; faire du tourisme un secteur économique de pointe. Développer et diversifier les types de tourisme et les centres écotouristiques, le tourisme culturel, les attractions historiques et sportives pour attirer les visiteurs locaux et étrangers. Construire et moderniser les infrastructures, renforcer la coopération avec d'autres pays dans les activités touristiques. En outre, les documents du IX<sup>e</sup> Congrès national du Parti ont identifié les types spécifiques à développer tels que le tourisme écologique, le tourisme culturel, le tourisme maritime et îlien, etc. pour chaque région touristique de pointe du pays.

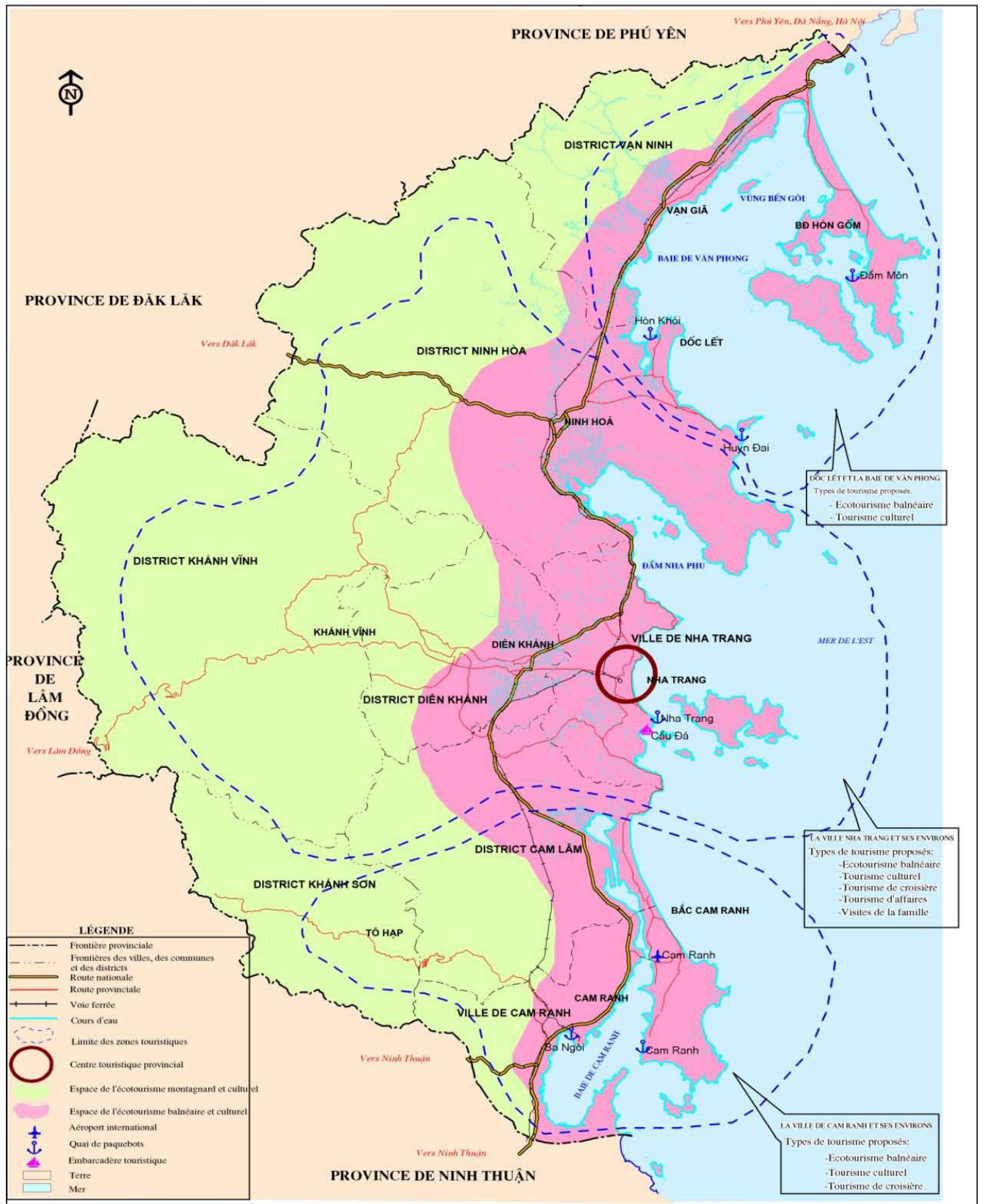


**Lors du X<sup>e</sup> Congrès national du Parti:** Développer et améliorer la qualité des activités touristiques, diversifier les produits et les formes de tourisme.

*Annexe 11. Définition du tourisme durable selon nos publics interrogés*

<b>T O U R I S M E  D U R A B L E</b>	<p><b><u>Economie :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construire des infrastructures durables.</li> <li>- Développer l'économie durable.</li> <li>- Développer le tourisme en même temps d'autres activités économiques.</li> <li>- Harmoniser toutes les activités économiques.</li> <li>- Développer le tourisme sans nuire aux autres activités touristiques (ex : la pêche...).</li> <li>- Développer l'écotourisme.</li> <li>- Créer des emplois pour la population locale.</li> <li>- Créer des revenus stables de la population locale.</li> <li>- Instaurer une stabilité (prix, qualités de services, hôtels, restaurants, etc.) pour créer le climat de confiance chez le touriste.</li> <li>- Le développement touristique devrait apporter des bénéfices économiques.</li> <li>- Maintenir des revenus élevés pour les entreprises touristiques et la province.</li> <li>- L'écotourisme est le noyau du tourisme durable.</li> </ul>	<p><b><u>Société :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fidéliser les touristes.</li> <li>- Les bénéficiaires profitent à l'ensemble de la population locale.</li> <li>- Former l'équipe du personnel du tourisme (employés et employeurs) compétent.</li> <li>- Développer la passion de métier chez le personnel du tourisme.</li> <li>- Laisser des souvenirs inoubliables chez les touristes.</li> <li>- Préserver le patrimoine culturel (matériel et immatériel) sans nuire à l'avenir.</li> <li>- Construire une organisation sociale solide, stable et donc durable.</li> <li>- Mettre en place les attitudes de la population locale ainsi que leurs comportements compatibles aux politiques touristiques d'accueil.</li> <li>- Le tourisme durable se construit sur la base de collaboration entre les entreprises touristiques et les résidents locaux pour exploiter les potentiels naturels en les préservant et en les restaurant.</li> <li>- Développer le tourisme en lien avec la population locale.</li> <li>- Encourager la population locale à exploiter les potentiels touristiques en se basant ce qu'elle possède.</li> <li>- Valoriser des métiers traditionnels.</li> <li>- Privilégier les échanges culturels entre la population locale et les touristes.</li> <li>- Préserver l'identité culturelle.</li> <li>- Les touristes sont satisfaits de leurs vacances.</li> <li>- Susciter l'envie de revenir et la nostalgie du Vietnam chez le touriste.</li> <li>- Impliquer la population locale dans la conception des produits touristiques.</li> <li>- Élaborer des produits touristiques répondant aux attentes des touristes.</li> <li>- Réduire des impacts négatifs du tourisme.</li> <li>- Le potentiel touristique devrait à la fois être exploité et être restauré.</li> </ul>
	<p><b><u>Environnement :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Respecter les sites naturels existants.</li> <li>- Préserver les ressources naturelles sans nuire à l'avenir.</li> <li>- Assurer la pérennité de l'environnement pour les futures générations.</li> <li>- Élaborer des produits touristiques liés à l'environnement (dans le respect de l'environnement).</li> </ul>	<p><b><u>Autres :</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Être dynamique pour entretenir la réflexion sur des produits touristiques innovants et valorisants.</li> <li>- Il faut savoir évoluer, s'adapter aux nouveautés.</li> <li>- Exploiter le tourisme de façon réfléchi et systématique.</li> <li>- Établir une ligne directrice.</li> <li>- Planifier de façon logique et durable le développement du tourisme.</li> <li>- Développer le tourisme avec soin en tenant compte de tous les détails (de petits détails à grands détails).</li> <li>- Il faut que les corpus de textes administratifs et les démarches administratives soient précis et mises à jour et que les résidents locaux en soient informés.</li> <li>- Contribuer aux investissements budgétaires à venir.</li> </ul>

Annexe 12. Projet d'organisation des espaces touristiques de la province de Khanh Hoa.



Source : Modification du plan d'aménagement touristique général de la province de Khanh Hoa jusqu'en 2010 et en perspective jusqu'en 2020 (Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa en 2007), traduite en français par LE Thi My Binh en 2011.

### ***Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.***

Suite aux entretiens semi-dirigés et aux questionnaires auprès de nos publics visés (autorités locales, touristes et population locales), nous avons retenu parmi leurs propositions celles qui pourraient assurer un tourisme durable dans la ville de Nha Trang en général et dans sa baie en particulier. Ces propositions concernent les responsabilités des autorités locales, celles des entreprises touristiques et celles de la population locale que nous allons détailler ci-après.

#### **1. Autorités locales**

Parmi les acteurs touristiques (autorités locales, entreprises touristiques et résidents), selon nos interviewés, le rôle des autorités locales est primordial pour assurer un tourisme durable local. On peut dégager des résultats de nos entretiens semi-dirigés et de nos questionnaires plusieurs orientations et axes de mission, classées en neuf points suivants:

##### **1.1. Aménagement touristique**

- Le plan d'aménagement touristique devrait être concrétisé. Plus précisément, il faudrait créer deux plans d'aménagement touristique: l'un pour la baie de Nha Trang et l'autre pour sa ville. Il importe que ces plans d'aménagement touristiques doivent avoir des orientations claires dès leur mise en place en prenant mieux en compte l'avis et les intérêts des résidents: planifier les ventes ambulantes sur la plage de Nha Trang, éloigner les zones industrielles des quartiers résidentiels et touristiques, développer les zones en friche, planter des arbres dans les zones en friche pour assainir l'air, créer des parkings à l'endroit approprié, interdire l'accès du centre ville aux cars de touristes pour éviter les embouteillages, surtout pendant les hautes saisons.

- Diversifier des produits touristiques (surtout en insistant sur l'aspect culturel local), pour prolonger la durée de séjour des touristes ainsi que leurs possibilités de dépenses, ne pas trop développer l'hébergement et délaisser les centres de loisirs dans la ville, surtout la nuit. Il faudrait développer l'écotourisme pour ne pas détruire l'environnement. Il faudrait organiser un marché de nuit afin de répondre aux besoins de shopping des touristes.

- Assurer le développement touristique local en harmonie avec le paysage général, ne pas construire par exemple de complexes hôteliers sur la plage. Ceci pourrait détruire l'environnement et la structure architecturale de la mer. On les remplacerait par des bungalows. Il faut réduire la construction de nouveaux hôtels, surtout ceux de plus 100

*Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.*

chambres. Il vaut mieux construire de petits hôtels afin de garder l'atmosphère familiale. Eviter les constructions spontanées faute de plan d'aménagement touristique précis. Développer le tourisme en respectant la nature pour éviter les inondations, les sécheresses qui menacent la vie des résidents. Planifier de façon globale les zones touristiques. Une division trop détaillée dans ces zones risque d'altérer l'harmonie et l'équilibre du paysage, de l'architecture. Planifier raisonnablement des domaines économiques comme la pêche, l'élevage des fruits de mer, le transport.

- Planifier le plan d'aménagement touristique à long terme et mettre en place une programmation correspondant à chaque période. Elaborer par exemple des politiques adéquates pour encourager le retour des touristes, Construire des parcs et des centres de loisirs. Planifier concrètement des zones touristiques en évitant le développement touristique spontané. Investir des infrastructures, construire des immeubles à louer pour des séjours de courte durée, ne pas trop développer le tourisme de masse à Nha Trang, car un trop grand nombre de touristes pourrait faire disparaître le savoir-faire et les modes de vie des résidents. Proposer des services touristiques à plusieurs niveaux: du service de base à celui de luxe. Il importe que les résidents soient satisfaits de ce développement. Garder la simplicité et l'équilibré des infrastructures. Garder l'aspect ancien et le caractère propre de la ville de Nha Trang. Eviter de faire de la ville de Nha Trang une ville touristique sans âme. Limiter le nombre de bars réservés aux touristes internationaux.

## **1.2. Gestion touristique**

- Concevoir de politiques adéquates pour mieux faire participer les acteurs privés aux projets touristiques. Un appel général de cette «cotisation financière» sans objet précis est en ce moment la cause de l'échec des projets touristiques. Diminuer le bruit dans les bars. Éviter la vente ambulante sur la place 2/4<sup>188</sup> où se réunissent la plupart des touristes, renforcer le rôle des auxiliaires, assurer l'ordre public, assurer la sécurité des touristes.

- Mettre en place rapidement des projets touristiques déjà planifiés afin que les résidents locaux ne soit pas lésés (surtout ceux qui vivent dans les îles comme l'île Mot) et pour qu'ils puissent se reconverter et se réinsérer après avoir cédé leur terrain pour construire des projets touristiques.

---

<sup>188</sup> C'est le jour de libération de la ville.

***Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.***

- Consulter l'avis des résidents, celui des entreprises touristiques et celui des scientifiques avant de monter de grands projets touristiques qui peuvent influencer le développement touristique de Nha Trang. Il ne faudrait pas délaissé les initiatives des investisseurs touristiques mais aussi déterminer une politique "stricte" en protégeant les ressources naturelles, en renforçant le rôle des résidents et surtout en préservant la culture locale.

- Atténuer la corruption. Appliquer des règlements de décentralisations concrètes au sein des autorités (Comité populaire de Khanh Hoa, Comité populaire de la ville de Nha Trang, Comité populaire des quartiers appartenant à la ville de Nha Trang, Service de la culture, des sports et du tourisme de Khanh Hoa, etc.). Toutes les institutions étatiques devraient être harmonisés afin d'éviter le double-emploi et d'obtenir une bonne répartition des tâches.

- Promulguer des textes administratifs adaptés pour que les entreprises touristiques se développent durablement: Par exemple simplifier des formalités administratives ; faciliter le commerce des entreprises touristiques en élargissant des points de plongée, en délivrant des permis de travail aux travailleurs étrangers. Ne pas pénaliser les entreprises touristiques par des mesures administratives. Il faudrait laisser les marchés les gérer.

- Renforcer le rôle de gestion des autorités locales dès la construction des infrastructures, choisir des investisseurs motivés et sérieux, coordonner les zones touristiques entre elles pour un meilleur développement.

- Contrôler sévèrement l'augmentation des prix et les réductions proposées par des entreprises touristiques pendant les hautes saisons pour éviter que les touristes soient "obligés" de payer plus cher. Pour que le tourisme à la baie de Nha Trang se développe de façon durable, les prix devraient être stables.

**- 1.3. Subventions adéquates aux entreprises touristiques**

- Les autorités locales devraient soutenir les entreprises touristiques, surtout des PME en instaurant des politiques plus logiques (réduction des impôts pendant la basse saison, soutiens financiers...).



### ***Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.***

- Avoir une politique d'encouragement réservée aux investisseurs vietnamiens et étrangers pour créer des centres de distraction à la hauteur et des produits touristiques innovants.

- Appliquer des politiques strictes pour diminuer des «intermédiaires» afin que les hôteliers puissent réduire leur prix.

#### **1.4. Promotion touristique**

- Faire de la promotion touristique au marché plus ciblé, plus large (au Vietnam et à l'étranger) et plus concret en lançant des campagnes de promotion concernant les îles et la zone urbaine de Nha Trang par l'intermédiaire de tous les moyens de communications possibles (multimédia, internet...) à long terme et à court terme.

- Sur les parcours où il y a beaucoup de touristes, dresser de panneaux marquant les sites touristiques en plusieurs langues.

- Créer un office de tourisme à la hauteur du potentiel touristique de la ville.

#### **1.5. Sécurité des touristes**

- Avoir des politiques fermes pour résoudre les dérangements liés à la mendicité, la prostitution, les ventes ambulantes et les cireurs de chaussures.

- Assurer l'ordre public, la sécurité nocturne, les vols, la sécurité routière ainsi que l'état des moyens de transport.

- Sécuriser la baignade en installant des postes de surveillance et en disposant des bouées sur la plage.

#### **1.6. Construction des infrastructures et préservation des ressources touristiques**

- Construire ou remettre en état les infrastructures, surtout le réseau routier, élargir les routes, moderniser les transports, améliorer la qualité des routes, les systèmes d'approvisionnement d'eau, traiter les égouts et les rejets polluants en mer.

- Investir non seulement dans les sites touristiques mais aussi aux infrastructures de base servant aux touristes: toilettes publiques, routes et trottoirs en dehors des sites touristiques, parkings, navettes, etc.

### ***Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.***

- Faire de la ville de Nha Trang une ville fleurie, enlever le mot “Vinpearl” sur l’île «Hon Tre», embellir et développer de nouveaux sites touristiques et maintenir des festivals pour attirer davantage de touristes.

- Construire des centres d’achat pour que les touristes puissent prolonger leur séjour à Nha Trang.

- Protéger les caractéristiques culturelles locales, les us et les coutumes vietnamiens. Il ne faudrait pas les laisser s'européaniser ou s'américaniser. Choisir seulement les bons côtés des cultures étrangères. Intervenir à terme pour éviter la destruction des vestiges historiques, culturels et naturels. Il ne faudrait pas les rénover totalement. Conserver l'authenticité du bâti ancien.

- Préserver la faune et la flore sous-marine; limiter l’entrée des bateaux sur les sites de plongée ; réduire le nombre de clubs de plongée. Développer l’écotourisme en l'associant à la protection de l’environnement ; profiter des avantages naturels touristiques locaux pour varier des produits touristiques.

- Organiser régulièrement des concours concernant la découverte de la culture, de l’histoire du Vietnam. Ceci permettrait aussi aux vietnamiens de mieux comprendre leur pays.

- Ne pas envahir la mer pour construire des projets touristiques ainsi détruire les coraux et les ressources touristiques naturelles. Ne pas sortir les hippocampes hors de leur milieu de vie. Arrêter la vente des coraux, des coquillages. Ne pas servir des plats comme les nageoires des requins aux restaurants.

#### **1.7. Formation des ressources humaines**

- Sélectionner le personnel qualifié pour servir les touristes.

- Organiser des formations gratuites de gestion des entreprises réservées aux gestionnaires des entreprises et leurs employés.

- Présenter des sites touristiques aux élèves et aux étudiants lors de leurs activités parascolaires. Organiser des clubs de langues étrangères. Développer des centres de premiers soins pour les touristes en cas d’accident. Inviter les experts consultatifs à parler des points forts et faibles du tourisme de Khanh Hoa.

### **1.8. Politiques réservées aux résidents locaux**

- Encourager les résidents à gagner de l'argent par l'intermédiaire du tourisme en appliquant une politique plus souple. Prenons des exemples: éviter par exemple d'arrêter les marchands, surtout les vendeurs ambulants, pour ne pas leur faire perdre une source de revenu. Mettre en place en revanche une réglementation, des autorisations et un contrôle de ces activités.

- Profiter des bénéfices provenant du tourisme à tous les résidents et non pas seulement à un certain nombre de personnes comme actuellement.

- Appliquer une politique avantageuse en donnant aux résidents le privilège de la mise en place des projets touristiques pour éviter le chômage comme dans certaines autres provinces.

- Renforcer le rôle des résidents dans le développement touristique local en les faisant participer à la conception des circuits touristiques.

- Organiser des formations réservées aux résidents concernant les langues étrangères ainsi que la compétence à pratiquer les métiers touristiques à long terme et à court terme à Nha Trang. Organiser également des séminaires et des concours pour enrichir leurs connaissances liées au tourisme.

- Coordonner des résidents entre eux, apprendre aux résidents à mieux se comporter, à prendre en conscience de la protection de l'environnement, professionnaliser le personnel du tourisme, surtout celui qui travaille dans les entreprises touristiques de l'Etat, créer un système de services touristiques professionnels en formant des employés de haute qualité professionnelle.

## **2. Entreprises touristiques**

Contrairement aux autorités locales, les entreprises touristiques doivent contacter directement les touristes. Leurs missions seraient, selon nos interrogés, plutôt de satisfaire leur clientèle de la façon suivante.

### ***Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés.***

#### **2.1. Solidarité des entreprises**

- Se solidariser pour avoir une rivalité franche ainsi que pour proposer des produits touristiques novateurs de haute qualité et à des prix raisonnables.
- Eviter que les entreprises touristiques fonctionnent de façon indépendante et surtout la concurrence illégale.

#### **2.2. Création de produits touristiques rénovateurs, construction de leurs marques**

- Mettre sur le marché de nouveaux produits touristiques variés: jeux traditionnels de Nha Trang, trekking, découverte de la nature et de la vie quotidienne des résidents, sports nautiques modernes, gastronomie variée, etc.
- Renforcer des pratiques touristiques existantes et en construire de nouvelles comme en Thaïlande. Mettre en place davantage de centres de loisirs nocturnes (ouverture des restaurants et des bars toute la nuit). Investir dans des centres d'achat proposant les produits touristiques typiques locaux. Améliorer la qualité des produits-souvenir ainsi que leur quantité.

#### **2.3. Prix**

- Stabiliser des prix (hôtels, restaurants, transports, tickets d'entrées aux sites touristiques) pendant la haute saison et les fêtes. Mettre en place une politique de régulation et d'harmonisation des tarifs afin d'éviter la concurrence déloyale.
- Afficher les prix en appliquant un prix unique aux touristes internationaux et aux touristes domestiques. Proposer des prix plus raisonnables (les plus bas possibles). Cesser de demander des prix exorbitants aux touristes sous prétexte qu'ils doivent marchander. Comme disait un touriste: *“Je veux bien acheter, dépenser de l'argent mais en réalité je n'achèterai rien, car je n'en ai assez de marchander”*.

#### **2.4. Attitudes envers des touristes**

- Accueillir chaleureusement les touristes en se montrant hospitaliers. Eviter de demander aux touristes la date de leur prochain retour. Créer une atmosphère de confiance sur les sites touristiques, manifester plus d'intérêt envers les touristes.

### **2.5. Formation des ressources humaines**

- En plus de l'anglais, former à d'autres langues étrangères comme le français.

- Former des équipes de personnel expérimenté, professionnel ayant une bonne compétence de communication en suivant des cours, en étudiant la gestion des entreprises du Vietnam ou de l'étranger comme en Thaïlande dans un premier temps et les appliquer aux entreprises suivant la capacité financière et humaine de chaque entreprise.

### **2.6. Responsabilité vis à vis de la préservation des ressources touristiques**

- Lors de l'exploitation des ressources touristiques, les entreprises devraient faire attention à la préservation de l'environnement en association avec les autorités locales et les résidents locaux.

## **3. Résidents**

- Par rapport aux autorités locales et aux entreprises touristiques, nous constatons que le rôle de la population locale reste secondaire. En effet, selon les personnes interviewées, les responsabilités des résidents seraient simplement de rehausser le niveau de connaissance, d'avoir la sensibilisation de protection de l'environnement et d'être accueillants et sociables.

<b>TABLES</b>
---------------

## *Table des graphiques*

Graphique 1.	Les pratiques touristiques principales fréquentées par les touristes à Nha Trang.....	57
Graphique 2.	Le pourcentage moyen de l'enregistreur de couvrir le type de substrat dans les 20 m à chaque île en 2008.....	62
Graphique 3.	Les trois points les plus faibles du tourisme de Khanh Hoa selon les entreprises touristiques .....	72
Graphique 4.	Produits-souvenirs achetés par les touristes lors de leur séjour à Nha Trang....	73
Graphique 5.	Classement des hébergements touristiques à Nha Trang en 2010.....	79
Graphique 6.	Produits alimentaires locaux consommés par les PME touristiques .....	82
Graphique 7.	Moyens de transport pris par les touristes internationaux pour venir à Nha Trang.....	86
Graphique 8.	Moyens de transport pris par les touristes domestiques pour venir à Nha Trang.....	88
Graphique 9.	Activités économiques des résidents interrogés .....	97
Graphique 10.	Evaluation générale du développement touristique à Nha Trang (point de vue des résidents interrogés) .....	98
Graphique 11.	Pourcentage des résidents locaux visitant les sites touristiques de la localité.. ..	101
Graphique 12.	Raisons de ne pas visiter les sites touristiques exprimées par les résidents interrogés .....	102
Graphique 13.	Perception des résidents interrogés sur les impacts du développement touristique à Nha Trang .....	103
Graphique 14.	Impacts favorables du développement touristique à Nha Trang selon les résidents interrogés .....	105
Graphique 15.	Impacts négatifs du développement touristique à Nha Trang selon les résidents interrogés .....	107
Graphique 16.	Résidence d'origine des employés dans les entreprises touristiques interrogées en pourcentage .....	116
Graphique 17.	Avis de la population locale vis-à-vis du nombre de touristes dans l'avenir ... ..	118
Graphique 18.	Pourcentage des résidents souhaitant contribuer au développement touristique local .....	119
Graphique 19.	Raisons pour lesquelles les résidents ne souhaitent pas contribuer au développement touristique.....	120
Graphique 20.	Nombre de touristes de quatre provinces : Binh Thuan, Ninh Thuan, Khanh Hoa, et Phu Yen de 2005 à 2009 .....	123

## *Table des graphiques*

Graphique 24.	Modèles de formation des employés après le recrutement, assurés par les entreprises touristiques .....	136
Graphique 25.	Synthèse de l'évaluation de qualité de services offerts par les entreprises touristiques .....	139
Graphique 26.	Par quel moyen les touristes connaissent ils Nha Trang ?.....	151
Graphique 27.	Les touristes recommanderaient – ils à Nha Trang ?.....	152
Graphique 28.	Pourcentages et domaines sondés par les autorités locales auprès des PME touristiques .....	176
Graphique 29.	Soutien des autorités locales pour les PME touristiques en pourcentage...	177
Graphique 30.	Moyens utilisés par les PME touristiques pour faire la publicité de leurs produits touristiques .....	178
Graphique 31.	Evaluation du tourisme à Khanh Hoa (étape 2006-2010) effectuée par les PME touristiques .....	178
Graphique 32.	Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable à Nha Trang d'après les résidents ? .....	182
Graphique 33.	Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable d'après des PME touristiques ?.....	183
Graphique 34.	Facteurs favorables au développement du tourisme à Khanh Hoa classés par ordre d'importance de 1 à 6 (plus important :1) au regard des PME touristiques .....	184
Graphique 35.	Qui doit être à l'initiative pour assurer le tourisme durable, d'après les autorités locales ?.....	185
Graphique 36.	Pourcentage de résidents ayant entendu parler du tourisme durable.....	186
Graphique 37.	Profession des chefs de famille dans la Réserve de la baie de Nha Trang .....	202
Graphique 38.	Rapport entre le métier principal des résidents et leurs activités économiques supplémentaires en lien avec le tourisme .....	245
Graphique 39.	Activités économiques liées au tourisme auxquelles participant les résidents en pourcentage .....	245
Graphique 40.	Produits artisanaux mises à consommation par les PME locales .....	246
Graphique 41.	Activités auxquelles la population locale pourrait participer pour développer le tourisme à Nha Trang .....	248



## *Tables des photographies*

Photographie 1.	La route mandarine vers Nha Trang, exemple d'un des premiers investissements des Français pendant l'époque coloniale.....	42
Photographie 2.	Villas de Bao Dao, exemple de premières villas construites par les Français à Nha Trang pendant l'époque cononiale.....	43
Photographie 3.	L'hôtel Beau Rivage (photo à gauche) pendant l'époque coloniale et l'hôtel Hai Yen (ancien Beau Rivage) aujourd'hui (photo à droite) .....	44
Photographie 4.	La baie de Nha Trang et ses îles.....	57
Photographie 5.	«Ecoresort» Hon Tam, exemple de l'écotourisme à l'écart des résidents.....	59
Photographie 6.	Vinpearl Land, exemple de comptoir touristique dans la baie de Nha Trang .....	60
Photographie 7.	Hon Mun, exemple de paradis de plongée de la baie de Nha Trang .....	61
Photographie 8.	Hon Mot, exemple de pratiques touristiques au prix modéré. ....	63
Photographie 9.	Programme de visite de «quatre îles», exemple d'une grande banalité des pratiques touristiques dans la baie de Nha Trang. ....	64
Photographie 10.	Plage de Nha Trang, exemple d'une des plages très connues à Nha Trang. . .....	65
Photographie 11.	Fête Po Nagar, exemple d'une grande fête religieuse à Nha Trang. ....	70
Photographie 12.	Un exemple des hôtels de différents niveaux au quartier Loc Tho ( Nha Trang) .....	78
Photographie 13.	Des exemples de conditions d'hygiène alimentaire mal assurées .....	84
Photographie 14.	Des exemples de vente alimentaire ambulante sur la plage de Nha Trang ....	84
Photographie 15.	Vung Me (Hon Tre), exemple d'un village de pêcheurs rasé pour laisser place à Vinpearl Land (photo à gauche) et une partie de maisons des pêcheurs dans la zone de réhabilitation de Hon Xen (Vinh Hoa, ville de Nha Trang) (photo à droite).....	99
Photographie 16.	Mini plage (Hon Mieu), exemple de privatisation des plages .....	109
Photographie 17.	Un exemple de «privatisation» des entreprises touristiques sur la plage de Nha Trang.....	110
Photographie 18.	Exemples de petits boulots effectués par les résidents îliens du quartier Vinh Nguyen.....	112
Photographie 19.	Quai flottant, exemple des investissements allochtones à Hon Mot (Quartier Vinh Nguyen – Nha Trang).....	113

### *Tables des photographies*

Photographie 20.	Un exemple de contraste entre l'ambiance agitée au port d'embarquement Cau Da et l'ambiance tranquille chez les résidents du sous-quartier Cau Da 1 (Vinh Nguyen) .....	114
Photographie 21.	Un exemple de la réception de touristes internationaux venant à Nha Trang en paquebot.....	125
Photographie 22.	Un exemple des touristes dérangés par la vente ambulante et la mendicité à la pagode Long Son (Nha Trang) .....	145
Photographie 23.	Exemple des touristes de croisières dérangés par les vendeurs ambulants et les «intermédiaires» devant le port de Nha Trang.....	145
Photographie 24.	Un jet-ski se déplaçant au milieu des nageurs à la plage de Nha Trang, exemple de manque de sécurité .....	146
Photographie 25.	Un panneau «Interdit à la vente ambulante» à Sailing Club (Nha Trang) ...	147
Photographie 26.	Exemples de conflits d'usage entre le tourisme (restaurant flottant, mini plage, écoresort) et la pêche (cases d'élevage de fruits de mer) dans la baie à Nha Trang.....	199
Photographie 27.	Un exemple de conflit d'usage entre le tourisme et le transport.....	200
Photographie 28.	Le petit port de Bao Dai, un exemple d'initiative privée affectant la beauté de la baie de Nha Trang.....	201
Photographie 29.	Une partie de l'île de Hon Tam défigurée pour faire construire l'écoresort Hon Tam (photo à gauche : Hon Tam en 2007) et Hon Tam en 2010 (photo à droite).....	208
Photographie 30.	Dam Gia au Nord de Hon Tre, exemple de disparition totale du tapis d'algues marines et de mangrove.....	209
Photographie 31.	Un <i>dinh</i> [maison communale] à Vung Me (Hon Tre) délaissé suite au déménagement de la population locale pour laisser place à l'élargissement du comptoir touristique Vinpearl Land.....	210
Photographie 32.	Exemples d'images contrastes entre le passé oublié et la modernité .....	212
Photographie 33.	Musée de Khanh Hoa, exemple d'un autre patrimoine architectural délaissé au profit des projets touristiques. ....	213
Photographie 34.	L'ancienne maison de M. Hai, un exemple de petit musée privé dans l'avenir. ....	235

## *Tables des cartes*

Carte 1. Position et rôle de la province de Khanh Hoa dans le réseau des centres touristiques du pays.....	17
Carte 2. Présentation de la ville de Nha Trang et de sa baie.....	19
Carte 3. Stations balnéaires et stations d'altitude en Indochine française .....	41
Carte 4. Ressources touristiques naturelles de Nha Trang.....	52
Carte 5. Ressources touristiques culturelles de Nha Trang.....	54
Carte 6. Equipements touristiques existants à Nha Trang .....	76
Carte 7. Quartiers choisis pour les entretiens et les questionnaires auprès des résidents (Vinh Nguyen et Loc Tho) .....	96
Carte 8. La baie de Nha Trang : limite entre la zone exploitée et la zone inexploitée à fin touristique .....	192
Carte 9. Différences de répartitions du foncier touristique de Nha Trang en 1998 et en 2010.	195
Carte 10. Vinpearl et ses projets touristiques à Hon Tre (baie de Nha Trang) .....	197
Carte 11. .Plan d'aménagement touristique de Nha Trang .....	227

## *Table des tableaux*

Tableau 1. Revenus générés par les différents domaines économiques à Nha Trang entre 2001 et 2009 .....	20
Tableau 2. Comparaison des chiffres d'affaires et du nombre de touristes entre Nha Trang et Khanh Hoa de 2005 à 2009.....	21
Tableau 3. Modèle de conception des indicateurs de l'AFIT.....	25
Tableau 4. Liste des indicateurs à évaluer appliquée à notre travail .....	27
Tableau 5. Ressources et pratiques touristiques proposées à Nha Trang .....	56
Tableau 6. Inventaire du nombre de restaurations par quartier urbain (commune rurale) de Nha Trang en 2010 .....	83
Tableau 7. Nombre de moyens de transport en 2007 et en 2008 à Nha Trang .....	87
Tableau 8. Faiblesses de l'offre touristique dans la baie de Nha Trang selon les touristes interrogés .....	144
Tableau 9. Raisons de recommander cette baie aux amis.....	153
Tableau 10. Opportunités et menaces du tourisme à Nha Trang.....	225

***Table des schémas et de l'organigramme***

Schéma 1. Voyageurs, visiteurs, excursionnistes et touristes (adaptée d'OMT, 1995) .....	121
Schéma 2. Modèle basé sur les valeurs culturelles .....	237
Organigramme 1. L'administration du tourisme de Nha Trang dans l'organisation administrative et politique du Vietnam.....	163

<b>INTRODUCTION GÉNÉRALE.....</b>	<b>11</b>
<b>PARTIE 1 NHA TRANG - UNE STATION BALNÉAIRE CENTENAIRE DU VIETNAM</b> .....	<b>38</b>
<b>Chapitre 1 : De la station balnéaire indochinoise à la réappropriation vietnamienne .....</b>	<b>40</b>
1.1. Une station balnéaire coloniale émergente .....	40
1.2. Une station balnéaire des soldats américains.....	44
1.3. Un tourisme organisé dans le cadre de l'Etat socialiste .....	45
1.4. Avec le Đồi Mói, d'une station à une station – ville.....	46
<b>Chapitre 2 : Les produits touristiques à Nha Trang.....</b>	<b>49</b>
2.1. Ressources et pratiques touristiques à Nha Trang.....	50
2.1.1. La baie et ses activités balnéaires, joyau touristique à Nha Trang .....	56
2.1.2. Des vestiges Cham indianisants aux sites touristiques religieux.....	65
2.1.3. L'éveil du thermalisme.....	66
2.1.4. Des musées nécessitant un renouveau.....	67
2.1.5. Un tourisme fluvial et culturel plein de charme mais peu développé .....	68
2.2. Produits-souvenirs, manque de produits «phare».....	71
2.3. Equipements touristiques mal répartis .....	74
2.3.1. Hébergement touristique en établissements «standards minimums» et «non classés» majoritaires .....	77
2.3.2. Restauration, un paradis pour les amateurs de fruits de mer.....	80
2.3.3. Transport, une offre variée mais à la qualité variable .....	85
2.3.4. Un manque de distraction nocturne .....	89
<b>Conclusion de la première partie .....</b>	<b>90</b>
<b>PARTIE 2 REGARD CROISÉ DES POPULATIONS LOCALES ET DES TOURISTES</b> <b>SUR LE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE À NHA TRANG.....</b>	<b>92</b>
<b>Chapitre 3 : Une population locale face au tourisme.....</b>	<b>95</b>
3.1. Un développement touristique qui n'est pas profitable à tous les résidents .....	97
3.2. Un faible taux de résidents fréquentant les sites touristiques .....	101
3.3. Deux localisations, deux impacts socioculturels différents .....	103
3.3.1. Impacts favorables .....	104
3.3.2. Impacts négatifs .....	107
3.4. Une forte volonté de participer au développement touristique.....	117
<b>Chapitre 4 : Un touriste toujours plus exigeant .....</b>	<b>121</b>
4.1. Une station familiale s'ouvrant à l'international .....	122

## *Table des matières*

4.2. Tourisme à Nha Trang, un secteur en quête de professionnalisme .....	126
4.2.1. Des comportements donnant une satisfaction relative .....	128
4.2.2. Des compétences moyennes nécessitant l'efficacité de formations initiales et continues .....	132
4.2.3. Qualité des services offerts par les établissements touristiques dépendant du comportement et de la compétence du personnel .....	138
4.2.4. La sécurité des touristes, difficile à contrôler .....	144
4.3. Recommandation de cette destination aux amis.....	151
<b>Conclusion de la deuxième partie .....</b>	<b>155</b>
<b>PARTIE 3 GOUVERNANCE ET PERSPECTIVES POUR UN TOURISME</b>	
<b>SOCIOCULTUREL DURABLE A NHA TRANG .....</b>	<b>157</b>
<b>Chapitre 5 : Gouvernances touristiques inefficaces.....</b>	<b>160</b>
5.1. Une organisation administrative du tourisme très liée au politique .....	161
5.1.1. Un centralisme démocratique aux différents échelons administratifs et politiques ..	161
5.1.2. Une organisation du tourisme reflet de cette complexité administrative .....	165
5.1.3. Des organisations de masse et des mouvements associatifs sectoriels au rôle limité ...	171
5.1.4. Coopération entre les entreprises touristiques et les autorités locales, renforcée mais reste encore à améliorer .....	173
5.1.5. Le tourisme face aux réticences de la population locale .....	181
5.2. D'une bonne volonté des autorités locales au décalage de mise en application de leurs politiques.....	188
5.2.1. Une absence de plan d'aménagement touristique de la ville de Nha Trang et sa baie....	190
5.2.2. Patrimoine culturel menacé au profil du développement touristique.....	202
5.2.3. Ressources humaines, qualités à améliorer.....	220
<b>Chapitre 6 : Propositions pour un tourisme socioculturel durable.....</b>	<b>223</b>
6.1. Un plan d'aménagement touristique durable sur des bases socio-culturelles, favorisant un rééquilibrage terre-mer .....	226
6.1.1. Le tourisme à Nha Trang, reconstitution des pratiques touristiques insulaires .....	228
6.1.2. Tourisme à Nha Trang, ouverture accentuée des pratiques touristiques vers la terre .....	232
6.2. Gouvernance efficace, meilleure décentralisation.....	238
6.2.1. Politique de décentralisation des prises de décisions et d'incitation à un partenariat public et privé .....	238
6.2.2. Politique de formation de personnel professionnalisée et permanente .....	241

## **Table des matières**

6.2.3. Politique d'investissements des infrastructures durables, adaptées à chaque zone ...	243
6.2.4. Politiques de l'encouragement de l'initiative privée .....	243
6.2.5. Politique de sensibilisation des résidents au tourisme.....	247
<b>Conclusion de la troisième partie .....</b>	<b>249</b>
<b>CONCLUSION GÉNÉRALE .....</b>	<b>250</b>
<b>RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....</b>	<b>259</b>
<b>ANNEXES .....</b>	<b>278</b>
<i>Annexe 1. La densité de population de la ville de Nha Trang en 2010.....</i>	<i>279</i>
<i>Annexe 2. Fiche d'entretiens semi-dirigés auprès des autorités locales .....</i>	<i>280</i>
<i>Annexe 3. Nombre de résidents pauvres par quartier urbain/commune rurale en 2009, en 2010 et en 2011 de la ville de Nha Trang.....</i>	<i>281</i>
<i>Annexe 4. Questionnaire réalisé auprès de la population locale afin de connaître leur opinion sur le développement du tourisme à Nha Trang .....</i>	<i>282</i>
<i>Annexe 5. Questionnaires auprès des touristes .....</i>	<i>287</i>
<i>Annexe 6. Prix des aliments en 2009 et 2010 à Nha Trang. ....</i>	<i>291</i>
<i>Annexe 7. Comparaison thématique du tourisme balnéaire vietnamien et occidental .....</i>	<i>292</i>
<i>Annexe 8. Informations personnelles des touristes interrogés à Nha Trang.(Ç.....</i>	<i>293</i>
<i>Annexe 9. Décret gouvernemental concernant les fonctions, les tâches, les pouvoirs et la structure organisationnelle de l'administration nationale du tourisme du Vietnam. ....</i>	<i>294</i>
<i>Annexe 10. Orientation du développement touristique à travers des congrès nationaux du Parti Communiste du Vietnam .....</i>	<i>299</i>
<i>Annexe 11. Définition du tourisme durable selon nos publics interrogés .....</i>	<i>300</i>
<i>Annexe 12. Projet d'organisation des espaces touristiques de la province de Khanh Hoa .....</i>	<i>301</i>
<i>Annexe 13. Propositions du tourisme socioculturel durable selon nos publics interrogés. ....</i>	<i>302</i>
<b>TABLES .....</b>	<b>310</b>
<i>Table des graphiques .....</i>	<i>311</i>
<i>Table des photographies .....</i>	<i>313</i>
<i>Table des cartes .....</i>	<i>315</i>
<i>Table des tableaux.....</i>	<i>316</i>
<i>Table des schémas et de l'organigramme .....</i>	<i>317</i>
<i>Table des matières .....</i>	<i>318</i>



Le tourisme durable, et les principes qui lui sont généralement associés, devient une préoccupation majeure non seulement au niveau mondial et national mais aussi local comme le montre le cas de Nha Trang, une destination balnéaire centenaire au Vietnam. ***Peut-on considérer le développement touristique actuel à Nha Trang comme durable sous l'angle d'indicateurs socioculturels.*** Les résultats obtenus montrent que la préservation des ressources touristiques et culturelles est particulièrement préoccupante pour l'avenir. La stabilité des offres d'emplois et la répartition équitable des bénéfices issus de l'activité touristique constituent également un motif d'inquiétude, au même titre que le degré de participation des acteurs privés aux politiques touristiques. Le secteur touristique nécessite davantage de formations. Afin de rendre le tourisme de Nha Trang plus durable d'un point de vue socioculturel, la mise en œuvre d'un plan d'aménagement touristique de Nha Trang est nécessaire. Elle est accompagnée par une gouvernance réellement opérationnelle entre résidents, acteurs privés et acteurs publics impliqués dans la sphère touristique.

***Mots-clés : Tourisme durable, Nha Trang, Vietnam, gouvernance, développement touristique.***

Sustainable tourism, and the principles with which it is generally associated, has become a major concern not only at global and national but also at local levels as in the case of Nha Trang, an age-old sea-swimming destination in Vietnam. ***Can we consider the actual tourism development in Nha Trang as sustainable from a viewpoint of socio-cultural indicators ?*** The results obtained show that the preservation of tourist and cultural resources particularly presents lots of concern for the future. All the same, recruitment stability and equitable distribution of benefits arising from tourist operations constitute a basis for worries, in relation to the degree of participation of private sectors in tourism policies. The tourism sector demands further training. In order to make Nha Trang's tourism more sustainable from a socio-cultural viewpoint, it is quite essential to renovate Nha Trang's tourism. This performance is accompanied with an operational governance among residents, private factors and public figures involved in the tourism sphere.

***Key words: Sustainable tourism, Nha Trang, Vietnam, governance, tourism development.***

