Les ”homestays” dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain : cas d'étude île d'An Binh, province de Vinh Long

van Chat Nguyen

▶ **To cite this version:**

van Chat Nguyen. Les ”homestays” dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain : cas d'étude île d'An Binh, province de Vinh Long. Gestion et management. Université de Perpignan, 2019. Français. NNT : 2019PERP0047 . tel-02902997

HAL Id: tel-02902997
https://theses.hal.science/tel-02902997

Submitted on 20 Jul 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE

Pour obtenir le grade de

Docteur

Délivré par

L'UNIVERSITE DE PERPIGNAN VIA DOMITIA

Préparée au sein de l'école doctorale Intermed (ED 544)
et de l'unité de recherche sur les Sociétés et Environnements en Méditerranée (CRESEM)

Spécialité : Sciences du Tourisme

Présentée par
NGUYEN Van Chat

Dirigée par

Monsieur Nicolas PEYPOCH, Directeur de thèse, Université de Perpignan Via Domitia
Monsieur Bernard SCHEOU, Co-directeur de thèse, Université de Perpignan Via Domitia

LES « HOMESTAYS » DANS LE DELTA DU MEKONG (VIETNAM) : FACTEURS DE REUSSITE ET EFFETS DE DEVELOPPEMENT HUMAIN
Cas d'étude : île d'An Binh, province de Vinh Long

Soutenue le 19 décembre 2019 devant le jury composé de

Monsieur Philippe BACHIMON, Professeur, Université d'Avignon	Rapporteur
Monsieur Alain Girard, MCF, Université de Perpignan Via Domitia	Examinateur
Madame Emmanuelle PEYVEL, MCF, Université de Bretagne Occidentale	Examinateur
Madame Elisabeth ROBINOT, Professeur, Université du Québec à Montréal	Présidente du jury et rapporteur

REMERCIEMENTS

Au terme de ce travail long mais enrichissant, je tiens tout particulièrement à exprimer ma profonde gratitude à monsieur Nicolas PEYPOCH, mon directeur de thèse, à monsieur Bernard SCHEOU, mon co-directeur de thèse, pour leurs conseils efficaces, leur très grande disponibilité, leurs encouragements et leur patience bienveillante.

Je voudrais exprimer ma profonde reconnaissance à mesdames Elisabeth ROBINOT, Emmanuelle PEYVEL et messieurs Philippe BACHIMON, Alain GIRARD qui m'ont fait l'honneur d'accepter d'être membres du jury et pour leur travail de lecture et d'évaluation de mon travail de doctorat.

Je souhaite également remercier le laboratoire du Centre de Recherche sur les Sociétés et Environnements en Méditerranée (CRESEM) et l'Ecole Doctorale Intermed (ED 544) de l'Université de Perpignan Via Domitia pour leur accueil tout au long de la réalisation de ce travail.

Je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance aux collègues du Département du Tourisme devenu la Faculté du Tourisme de l'Université des Sciences Sociales et Humaines de l'Université Nationale à Ho Chi Minh Ville, qui m'ont encouragé tout au long de la thèse.

Je voudrais aussi exprimer toute ma reconnaissance au Ministère de l'Education et de la Formation du Viêt Nam, à Campus France, dont le soutien financier m'a permis de réaliser une thèse dans les meilleures conditions. Je remercie mesdames Hala ABOKATMA, VŨ Âu Cơ ainsi que NGUYỄN THỊ Hà Anh pour avoir suivi mon dossier.

Je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance aux personnels administratifs, professionnels du tourisme, personnes anonymes que j'ai rencontrées et qui en répondant avec amabilité à mes questions ont contribué à la réalisation de cette thèse, qu'ils en soient tous remerciés. J'adresse en particulier, un grand merci aux 32 familles auprès desquelles j'ai mené des entretiens, en particulier aux familles Ba Lình, Bảy Thời, Ngọc Phượng qui m'ont accueilli ainsi qu'à mesdames NGUYỄN Diễm Phúc (fonctionnaire du Centre de la promotion touristique de la province Vinh Long), NGUYỄN THỊ Thanh Nhi, PHAN THỊ Kim Thoa (fonctionnaires du Service de la culture, des sports et du tourisme de la province Vinh Long), en particulier monsieur TRẦN Văn Buôl (fonctionnaire de l'Office de la culture et de l'information du district Tam Bình) qui m'ont fourni des rapports statistiques, des documents administratifs et aidé à avoir de bonnes relations tout au long du travail de terrain.

J'adresse aussi mon témoignage de reconnaissance à mes collègues vietnamiens : BÙI Tấn Vủ, DIỆP Thanh Hoài, DƯƠNG THỊ Minh Phượng, LÊ Hồng Phước, NGÔ HOÀNG Đại Long, NGUYỄN Hữu Duy, NGUYỄN QUANG Việt Ngân, PHẠM Thanh Thôi, TRẦN Duy Minh, TRẦN Nhật Duy, THIỀU THỊ MỸ Duyên ainsi qu'à mes professeurs : monsieur CHUNG Hoàng Chương, mesdames NGÔ Thanh Loan, NGUYỄN Cúc, THÁI THỊ Ngọc Dư, TRƯƠNG THỊ Kim Chuyên pour

tous leurs conseils utiles en matière de méthodologie, de cartographie, de traduction, de retranscription d'entretiens et de recherche bibliographique.

Je tiens également à témoigner ma profonde amitié à mes amis en France : Daniel BULOIS, Jean BOURGOIS-DESBOUTIN, Pascale PONS, Pierre PASTOR, Teresa HARMAND, LÊ Lan Anh, LÊ Khánh Chi, NGUYỄN Phương, NGUYỄN Đình Ngọc, NGUYỄN Thanh Phong, PHAN Văn Thùy, TRẦN QUANG Bình Nguyên pour tous les bons moments que nous avons passés ensemble.

Je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance à mes amis au Viêt Nam : DƯƠNG Đức Minh, LÊ Trọng Bình, MAI THỊ Huỳnh Như, NGÔ Tùng Lâm, TẠ Duy Linh, THÂN Văn Bằng, et en particulier à mon grand ami NGUYỄN Đức Quảng. Je les remercie pour leur soutien tout au long de la réalisation de ma thèse.

Je voudrais exprimer ma profonde gratitude à madame Monique PHILIPPONNAT-DAVID, ma marraine qui m'a toujours soutenu et notamment dans les moments les plus durs.

Je n'aurais pu réaliser ce travail sans mon entourage. Mes professeurs, mes collègues, mes amis ont joué un rôle central, mais aussi ma famille, qui a fait les premiers pas avec moi alors que je découvrais le monde de la recherche.

Enfin, je pense à Ngọc Sương, mon épouse, que je salue pour sa compréhension et sa patience, à mes enfants Tina et Jacques, pour lesquels j'ai manqué de disponibilité pendant tout ce travail, ainsi qu'à mes parents et mes beaux-parents qui n'ont jamais cessé de m'encourager à persévérer et à aller de l'avant.

Résumé

Le tourisme homestay, est un thème de recherche émergent, en particulier au Vietnam où il est à la mode actuellement, et est, de ce fait, souvent cité par des médias locaux, par des administrations locales ou choisi comme sujet de recherche par les étudiants. Le homestay est aussi un choix d'activité économique pour des jeunes non seulement dans les grandes villes mais aussi en zone rurale, plus particulièrement dans la province de Vinh Long du delta du Mékong, où le homestay est considéré comme un des produits touristiques originaux de la région. Il est notamment reconnu par les autorités de la province de Vinh Long comme un produit touristique essentiel dans le but de faire du tourisme un secteur économique et culturel important à long terme et de contribuer au programme de la nouvelle ruralité (*« nông thôn mới »*). Au cours des dernières années, certaines études se sont intéressées aux contributions économiques des homestays du delta du Mékong. Nous avons choisi d'étudier le homestay en adoptant une perspective multidimensionnelle. La question capitale pour nous est celle-ci : peut-on considérer le développement des homestays comme un outil de développement humain sous l'angle de l'économie, du social, de la culture et de l'environnement ? Autrement dit, est-ce qu'il permet aux entrepreneurs ou gérants de homestays ainsi qu'aux habitants d'élargir leurs capabilités. De ce point vue, l'approche par les capabilités de l'économiste Amartya Sen (Sen 2000) permet de porter un regard neuf quant aux objectifs et au devenir du homestay.

Notre objectif central dans cette thèse est d'examiner les relations entre l'approche par les capabilités et l'entrepreneur homestay et le développement humain dans le contexte rural du Vietnam. Pour mener à bien ce travail, l'approche qualitative a été mobilisée, y compris la recherche bibliographique, l'observation, l'observation participante, les entretiens semi-directifs auprès de 24 acteurs clés (6 autorités locales, 1 responsable d'une compagnie touristique locale, 16 habitants, 1 formateur touristique) et la méthode du récit de vie auprès de 15 entrepreneurs et gérants de homestay. Ces méthodes sont complémentaires même si le récit de vie joue un rôle central.

Fort de ce travail, les résultats obtenus montrent que le développement du homestay apporte des effets positifs sur la vie des entrepreneurs, des gérants homestays et leur famille sous le regard du développement humain. Plus spécifiquement, le développement du homestay permet aux entrepreneur, gérants de homestay et leur famille d'avoir plus de moyens afin d'avoir une bonne santé, d'acquérir du savoir et d'avoir accès aux ressources nécessaires pour jouir d'un niveau de vie convenable. La présence des homestay a des effets positifs pour les habitants de cette île en termes d'économie, de social, de culture et d'environnement. Pourtant, le tourisme homestay n'est pas une baguette magique capable d'apporter toutes les solutions, il a aussi des impacts négatifs, notamment socio-culturels.

Afin de rendre le développement du tourisme homestay de l'île d'An Binh plus pertinent, notre proposition prioritaire réside en la mise en œuvre de différentes solutions (la diversité

des activités touristiques, l'attention à l'authenticité, l'orientation vers les touristes domestiques). Plus important, il est nécessaire de viser à accroître l'agencéité des habitants pour qu'ils puissent élargir leurs opportunités dans différentes dimensions de la vie. Ces solutions supposent une coopération fiable entre habitants, acteurs privés et acteurs publics impliqués dans la sphère d'entrepreneuriat du tourisme homestay.

Mots clés : *homestay, tourisme homestay, entrepreneur de homestay, capabilités, développement humain*

Abstract

THE "HOMESTAYS" IN THE MEKONG DELTA (VIETNAM): FACTORS OF SUCCESS AND EFFECTS ON HUMAN DEVELOPMENT

Case Study: An Binh Island, Vinh Long Province

Homestay tourism is an emerging research theme, especially in Vietnam, where it is fashionable nowadays, and is therefore often cited by local media, by local governments or as a research topic by students. Homestay is also a choice of economic activity for young people not only in big cities but also in rural areas, especially in Vinh Long province, located in the Mekong Delta, where homestay is considered as one of the most original tourist products. It is recognized by the authorities of Vinh Long province as an essential tourist product aimed at making tourism an important economic and cultural sector in the long term and contributing to the program of new rurality ("nông thôn mới"). In recent years, some studies have focused on the economic contributions of homestay in the Mekong Delta. We decided to conduct a study on homestay from a multi-dimensional perspective. The main research question is, *"Is the development of homestay considered as a tool for human development from socio-economic, cultural and environmental perspectives?"* In other words, does homestay allow homestay businessmen or homestay managers as well as inhabitants to expand their capabilities? From such points of view, the capability approach of the economist Amartya Sen (Sen 2000) provides a fresh perspective on the goals and future of homestay.

The primary objective of this thesis is to examine the relationship between the capability approach, the homestay businessmen, and human development in the rural context of Vietnam. To carry out this research, the qualitative approach was employed, including bibliographic research, observation, participant observation, semi-structured interviews with 24 key participants-cum-stakeholders (six local authorities, one person in charge of local tourist company, 16 local inhabitants, and one tourist trainer), and the life history method with 15 homestay businessmen and homestay managers. These methods are complementary to each other with the life history method playing a pivotal role.

The results of this thesis show that the development of homestay brings positive effects on the lives of homestay businessmen, homestay managers and their families in the respect of human development. More specifically, the development of the homestay allows those stakeholders to have more means to gain good health and knowledge, thus having access to important resources to pursue their rising living standards. Homestay has positive effects on

the An Binh island's inhabitants socio-economically, culturally, and environmentally. However, homestay tourism is not a magic wand capable of providing all solutions, which means it also has negative impacts, particularly socio-cultural ones.

In order to make the development of homestay tourism more efficient on An Binh Island, the top priority is the implementation of different solutions such as the diversification of tourist activities, attention to authenticity, and orientation towards domestic tourists. More importantly, it is essential to enhance the agency of the inhabitants so that they can expand their opportunities in different dimensions of life. These solutions require effective cooperation between inhabitants, and private and public sectors involved in the sphere of entrepreneurship of homestay tourism.

Keywords : *homestay, homestay tourism, homestay businessman, capabilities, human development*

Liste des abréviations

ASEAN	Association of South East Asian Nations
ANTV	Administration Nationale du Tourisme du Vietnam
BM	Banque Mondiale
FMI	Fonds Monétaire International
OMD	Objectifs du Millénaire pour le Développement
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
PNUD	Programme des Nations unies pour le développement
SARS	Severe acute respiratory syndrome
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
URSS	Union des républiques socialistes soviétiques
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
VIP	Very important person
WTTC	World Travel & Tourism Council

Sommaire

REMERCIEMENTS **1**

RÉSUMÉ **3**

ABSTRACT **4**

LISTE DES ABRÉVIATIONS **6**

SOMMAIRE **7**

1 INTRODUCTION 8

2 LE CADRE CONCEPTUEL DE LA RECHERCHE 14

2.1 Les concepts et les relations en jeu 14

2.2 Appliquer la relation capabilités et développement humain au cas du homestay ? 40

2.3 Le cadre conceptuel de la recherche 44

2.4 Problématique et hypothèses de recherche 45

3 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE 48

4 LE TERRITOIRE ÉTUDIÉ 67

4.1 Contexte géographique et touristique 67

4.2 Panorama touristique du delta du Mékong, Vietnam 90

4.3 Vinh Long, une situation géographique particulière 95

4.4 Ile d'An Binh, le berceau du tourisme homestay 104

4.5 Conclusion 113

5 ANALYSE DES RÉSULTATS 114

5.1 La naissance des homestays vue par les acteurs 114

5.2 Homestay et décision d'investir 124

5.3 Facteurs de réussite 148

5.4 Effets du tourisme homestay sur le développement humain 163

6 RECOMMANDATIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME HOMESTAY 182

6.1 Le tourisme homestay, une perspective d'avenir 182

6.2 Recommandations pour un développement pertinent du tourisme homestay 183

6.3 Recommandations pour le développement humain 189

7 CONCLUSION 191

8 BIBLIOGRAPHIE 196

9 ANNEXES 236

LISTE DES TABLEAUX **283**

LISTE DES FIGURES **284**

LISTE DES ENCADRÉS **285**

LISTE DES PHOTOS **285**

LISTE DES ANNEXES **286**

TABLE DES MATIÈRES **287**

1 Introduction

De nos jours, le tourisme est l'un des secteurs d'activité les plus importants et les plus dynamiques du monde. C'est même la troisième catégorie d'exportations au monde après la chimie et le pétrole, devant l'automobile et l'alimentation en 2017 (Organisation mondiale du tourisme 2019, p.8). Il crée des emplois, stimule les exportations et génère des bénéfices.

Dans son analyse annuelle qui essaie de quantifier l'impact global du tourisme sur l'économie et l'emploi dans 185 pays et 25 régions, le World Travel & Tourism Council (WTTC) estime les recettes d'exportation générées par le tourisme à 1 700 milliards de dollars, soit 10,4% du PIB mondial. D'après cette organisation, le tourisme crée 319 millions d'emplois, soit 10 % de l'emploi total en 2018. Il soutient un emploi sur dix sur la planète et représente un emploi sur cinq créés dans le monde au cours des cinq dernières années. Les emplois dans le secteur du tourisme favorisent particulièrement les femmes, les jeunes et d'autres groupes souvent marginalisés de la société (Organisation mondiale du tourisme 2019; World Travel & Tourism Council 2019b).

En 2018, la répartition des dépenses globales est fermement orientée vers le marché des loisirs, qui représentait 78,5% du total, contre 21,5% pour les dépenses des entreprises. Le secteur représentait 6,5% du total des exportations mondiales et 27,2% du total des exportations mondiales de services (World Travel & Tourism Council 2019b).

La hausse continue du nombre de ménages de la classe moyenne et la forte croissance des dépenses de consommation mondiales ont permis à la croissance du secteur du tourisme de se poursuivre pour la neuvième année consécutive : 4%, soit une croissance supérieure à celle de l'économie mondiale (Organisation mondiale du tourisme 2019, p.3). Les États-Unis, la Chine, le Japon, l'Allemagne et le Royaume-Uni ont été les cinq principaux marchés émetteurs en 2018, représentant ensemble 47% du PIB mondial du tourisme (World Travel & Tourism Council 2019b).

Les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 5% en 2018 pour atteindre 1,4 milliard. L'Asie-Pacifique a enregistré la plus forte croissance des arrivées (7,3%), suivis de près par l'Afrique (7,0%). L'Europe représente la moitié des arrivées internationales dans le monde (710 millions), suivie de l'Asie-Pacifique avec 1 arrivée sur 4 (Organisation mondiale du tourisme 2019). Au taux de croissance prévu, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde devrait atteindre 1,8 milliards en 2030 (Organisation mondiale du tourisme 2017, p.14).

Mais cette croissance exponentielle des déplacements touristiques ne se fait pas sans opposition. Il est énormément question depuis quelques années de l'opposition, parfois violente, de certains habitants, en particulier dans les villes européennes comme Barcelone, Amsterdam, Berlin, Lisbonne, Florence, Rome, Venise, Palma de Majorque et ailleurs en Europe (Burgen 2018) à ce qu'ils considèrent comme de la saturation touristique.

Ces positions face au tourisme ne sont pas nouvelles. En fait, l'expansion rapide du tourisme dans de nouveaux lieux, et dans les pays en développement en particulier, a généré de nombreuses critiques au début des années 1970 remettant en cause le développement d'un tourisme de masse illimité (D. Weaver et Lawton 2014, p.10). En 1975, Finney et Watson publiaient un livre intitulé « A New Kid of Sugar : Tourism in the Pacific » dans lequel ils décrivaient le tourisme comme une activité perpétuant les inégalités de l'époque des plantations coloniales (Finney et Watson 1975). « The Golden Hordes : International Tourism and the Pleasure Periphery » publié par (Turner et Ash 1975) la même année, comparait les touristes à une invasion barbare (cité chez Weaver et Lawton 2014, p.10). Ces critiques radicales ont attiré l'attention sur le concept de « tourisme alternatif » des années 1980. En tant que type idéal, le tourisme alternatif évoque des pratiques touristiques à petite échelle, contrôlées localement, culturellement authentiques et hautement réglementées, qui s'adressent à un petit nombre de visiteurs (D. Weaver et Lawton 2014, p.335). Généralement, le tourisme alternatif implique de voyager avec le minimum de frais possible, de coexister avec la population locale, d'utiliser les magasins traditionnels et, occasionnellement, d'acheter de petites quantités d'artisanat (Agustin et Heredina 2014, p.1). Les positions sont souvent tranchées entre un tourisme alternatif, nécessairement bénéfique et un tourisme de masse obligatoirement nuisible : lorsque les attractions touristiques de masse sont prétendument « artificielles », les attractions touristiques alternatives sont « authentiques » ; Là où le tourisme de masse favorise des opérations contrôlées de manière externe et à fort taux de fuite, le tourisme alternatif offre des opportunités de liaison haute, contrôlées au niveau local, etc.

Nous ne nous inscrivons pas dans cette opposition manichéenne grossière entre ces deux formes de tourisme, considérant que toute forme de tourisme (et elles sont nombreuses) doit être étudiée et analysée sans préjugés idéologiques. Nous avons choisi, dans ce travail de doctorat, de nous intéresser au « homestay », une forme de tourisme classée dans le tourisme alternatif (D. B. Weaver 2006, p.40). Le « homestay » est un terme courant aujourd'hui dans la plupart des pays asiatiques pour désigner une forme de tourisme basée sur un hébergement chez l'habitant. Les « homestays » se sont développés dès les années 1980 en Malaisie, au Népal, en Thaïlande ou aux Philippines. Cette forme de tourisme est considérée comme un outil de développement rural dans les pays de l'ASEAN[1] parce qu'elle est permettrait d'apporter des revenus complémentaires aux communautés locales, de soutenir leur autonomie, de réduire leur pauvreté, tout en favorisant la mise en valeur du patrimoine culturel et l'enrichissement des relations interpersonnelles.

C'est encore un thème de recherche émergent, en particulier au Vietnam où il est à la mode actuellement, et est, de ce fait, souvent cité par des médias locaux, par des administrations locales ou choisi comme sujet de recherche d'étudiants. Le homestay est aussi un choix

[1] L'ASEAN regroupe dix pays d'Asie du Sud-Est : la Birmanie, Brunei, le Cambodge, l'Indonésie, le Laos, la Malaisie, les Philippines, Singapour, la Thaïlande et le Vietnam.

d'activité économique pour des jeunes non seulement dans les grandes villes comme Hanoï, Ho Chi Minh Ville mais aussi dans en zone rurale. Depuis quelques années, le pays est attentif au rôle que peuvent jouer les homestays dans le développement du tourisme (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016c, p.3) et aussi pour réduire la pauvreté et transformer les structures économiques en zone rurale (Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2015, p.80).

Nous avons choisi de nous intéresser plus particulièrement à la province de Vinh Long du delta du Mékong, où le homestay est considéré comme un des produits touristiques originaux de la région (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2015). Il est notamment reconnu par les autorités de la province de Vinh Long comme un produit touristique essentiel dans le but de faire du tourisme un secteur économique et culturel important à long terme (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015) et de contribuer au programme de la nouvelle ruralité (*« nông thôn mới »*[2]) (Comité populaire de la province de Vinh Long 2016, p.7).

Presque trois décennies d'existence et de développement de ce type d'hébergement aboutissent à une diversité de situations : certains ont fermé ou sont en passent de l'être, d'autres ont ouverts, dont certains sont plus capitalistiques et se rapprochent de l'hôtellerie classique ; il en est qui ont atteint les standards de qualité fixés par l'ASEAN et il en est qui fonctionnent « au noir ».

Cette diversité de situations nous a inspiré le questionnement de recherche suivant

1. Qu'est ce qui détermine le choix pour un habitant de se lancer dans l'exploitation d'un homestay et qu'est ce qui détermine ses décisions en termes d'offre proposée, de gestion et de promotion de son affaire ?
2. Qu'est ce qui détermine la réussite de celui-ci ?
3. Cette forme d'hébergement peut-elle constituer un outil de développement humain au niveau du territoire dans le contexte particulier vietnamien ?

Tant au niveau des attentes de la part des autorités politiques en termes de développement socio-économique local que dans les travaux que nous venons de mentionner, le homestay est principalement considéré dans son aspect économique. Au cours des dernières années, certaines études se sont intéressées également aux contributions des homestay en termes d'économie dans le delta du Mékong. Cela nous apparaît être une approche plutôt réductrice ce qui nous motive à étudier le homestay dans une perspective multidimensionnelle. La question capitale pour nous est celle-ci : dans quelle mesure peut-on considérer le développement de homestays comme un outil de développement humain sous l'angle de l'économie, du social, de la culture et de l'environnement ? Autrement dit, est-ce qu'il permet

[2] Le développement du programme de la nouvelle ruralité a pour but d'élever le niveau de vie des habitants ; de transformer la structure économique vers l'industrie et le service. Dans ce programme, le développement économique va de pair avec la démocratie, l'égalité, la préservation de l'identité culturelle, la protection de l'environnement écologique et la sécurité nationale.

aux entrepreneurs de homestay ou gérants homestays ainsi qu'aux habitants d'élargir leurs capabilités. Pour arriver à adopter cette perspective multidimensionnelle, une voie possible nous semble être de remonter à la généalogie de chaque homestay pour comprendre les conditions de son déploiement et de ses effets en nous intéressant aux entrepreneurs.

De ce point vue, l'approche par les capabilités de l'économiste Amartya Sen (Sen 2000) permet de porter un nouveau regard quant aux objectifs et au devenir du homestay. En effet, son approche est à bien des égards, soucieuse des personnes. Il consiste à montrer comment le choix de vie de chaque personne est conditionné par les ressources, la liberté et les possibilités effectives qui lui sont propres et comment ce choix peut modifier en retour ces conditions premières en accroissant potentiellement le champ des possibilités en cas de succès.

Nos éléments de réponse aux questions se traduisent en hypothèses de recherche qui sont les suivantes :

- La première hypothèse est que *ce sont principalement des facteurs comme le milieu social d'appartenance, le patrimoine et le niveau d'éducation qui déterminent un habitant à se lancer dans l'exploitation d'un homestay.*
- La deuxième hypothèse est que *les facteurs personnels jouent un rôle clé pour la réussite d'un homestay.*
- La troisième hypothèse, dans une vue optimiste, affirme que *l'exploitation de homestays apporte des effets positifs sur la vie des entrepreneurs ou des gérants homestays sous le regard du développement humain.*
- Encore une fois optimiste, nous, dirons dans la quatrième hypothèse que *la présence de homestays a des effets sur le développement humain des habitants de cette île en termes d'économie, de social, de culture et d'environnement.*

Nous vérifierons ces hypothèses de recherche en utilisant l'approche qualitative. Outre, la recherche documentaire incontournable, nous avons recours à l'observation, en particulier, l'observation participante et en menant des entretiens semi-directifs et en ayant recours à la méthode du récit de vie. Ces méthodes sont complémentaires même si le récit de vie joue un rôle central.

Par ce travail de doctorat, nous espérons contribuer de plusieurs manières à la recherche.

En termes de théorie, nous ambitionnons de tester l'application de la théorie de capabilités de Sen dans le domaine touristique, en explorant en particulier le lien entre la théorie de capabilités et le développement humain à travers le développement du tourisme homestay. Plus particulièrement, nous désirons diffuser l'approche par les capabilités au Vietnam où la théorie des capabilités de Sen n'est pas connue.

En termes de méthodologie, l'application des méthodes comme l'observation, l'observation participante ou les entretiens semi-directif sont populaires dans le domaine touristique. Pourtant, l'application de récit de vie est peu courante (Ladkin 1999, p.43). Nous visons à offrir

des perspectives à cette méthode pour la recherche du tourisme, en particulier pour la compréhension de la dynamique entrepreneuriale du tourisme homestay.

En termes de management, cette recherche souhaite aider les décideurs des administrations de la province de Vinh Long, à avoir une meilleure vision de la réalité du tourisme homestay ainsi que des défis rencontrés par les entrepreneurs dans l'exploitation des homestays. Elle aspire aussi à formuler des recommandations pour les décideurs politiques locaux, au niveau du « tourisme homestay » mais aussi en ce qui concerne le développement des capabilités des entrepreneurs.

Mais avant d'en arriver aux recommandations, le chemin est long et nous commencerons par présenter le cadre conceptuel de la recherche dans une première partie. Celle-ci expose les concepts et les relations en jeu (concepts de développement, de développement humain, relation entre tourisme et développement humain, entre tourisme homestay et développement humain). Elle présente aussi l'approche par les capabilités et les applications qui ont pu en être faite pour finir par le cadre conceptuel de la recherche, la problématique et les hypothèses de recherche. La deuxième partie s'intéresse à la méthodologie de la recherche. Elle justifie le choix du terrain d'étude et présente les méthodes de recherche. La troisième partie présente le territoire étudié après une présentation générale du contexte géographique et touristique au niveau du pays, en mettant l'accent sur la genèse et les caractéristiques du tourisme homestay au Vietnam et dans le territoire étudié. La quatrième partie consiste en l'analyse des résultats afin de permettre de vérifier les hypothèses de recherche. Il s'agit d'examiner plus particulièrement des facteurs déterminants du lancement d'un homestay, des facteurs de réussite mais aussi des effets potentiels en termes de développement humain. La cinquième partie permet d'exposer nos recommandations pour le développement du tourisme homestay et les perspectives du développement humain de cette forme de tourisme. La conclusion résume brièvement l'objet de la recherche, les contributions de la recherche, les limites de la recherche et ses perspectives futures.

Nous travaillerons ces questions de la recherche en utilisant l'approche par les capabilités, développée par Sen Amartya (Sen 2000).

Au niveau méthodologique, outre, la recherche documentaire incontournable, nous nous situerons plutôt dans une démarche qualitative en ayant recours à l'observation, en particulier, l'observation participante et en menant des entretiens semi-directifs et en ayant recours à la méthode du récit de vie. Ces méthodes sont complémentaires même si le récit de vie joue un rôle central.

Par ce travail de doctorat, nous espérons contribuer de plusieurs manières à la recherche.

En termes de théorie, nous ambitionnons de tester l'application de la théorie de capabilités de Sen dans le domaine touristique, en explorant en particulier le lien entre la théorie de capabilités et le développement humain à travers le développement du tourisme homestay.

Plus particulièrement, nous désirons diffuser l'approche par les capabilités au Vietnam où la théorie des capabilités de Sen n'est pas connue.

En termes de méthodologie, l'application des méthodes comme l'observation, l'observation participante ou les entretiens semi-directif sont populaires dans le domaine touristique. Pourtant, l'application de récit de vie est peu courante (Ladkin 1999, p.43). Nous visons à offrir des perspectives à cette méthode pour la recherche du tourisme, en particulier pour la compréhension de la dynamique entrepreneuriale du tourisme homestay.

En termes de management, cette recherche souhaite aider les décideurs des administrations de la province de Vinh Long, à avoir une meilleure vision de la réalité du tourisme homestay ainsi que des défis rencontrés par les entrepreneurs dans l'exploitation des homestays. Elle aspire aussi à formuler des recommandations pour les décideurs politiques locaux, au niveau du « tourisme homestay » mais aussi en ce qui concerne le développement des capabilités des entrepreneurs.

Mais avant d'en arriver aux recommandations, le chemin est long et nous commencerons par présenter le cadre conceptuel de la recherche dans une première partie. Celle-ci expose les concepts et les relations en jeu (concepts de développement, de développement humain, relation entre tourisme et développement humain, entre tourisme homestay et développement humain). Elle présente aussi l'approche par les capabilités et les applications qui ont pu en être faite pour finir par le cadre conceptuel de la recherche, la problématique et les hypothèses de recherche.

La deuxième partie s'intéresse à la méthodologie de la recherche. Elle justifie le choix du terrain d'étude et présente les méthodes de recherche.

La troisième partie présente le territoire étudié après une présentation générale du contexte géographique et touristique au niveau du pays, en mettant l'accent sur la genèse et les caractéristiques du tourisme homestay au Vietnam et dans le territoire étudié.

La quatrième partie consiste en l'analyse des résultats afin de permettre de vérifier les hypothèses de recherche. Il s'agit d'examiner plus particulièrement des facteurs déterminants du lancement d'un homestay, des facteurs de réussite mais aussi des effets potentiels en termes de développement humain.

La cinquième partie permet d'exposer nos recommandations pour le tourisme homestay et son développement.

La conclusion résume brièvement l'objet de la recherche, les contributions de la recherche, les limites de la recherche et ses perspectives futures.

2 Le cadre conceptuel de la recherche

2.1 Les concepts et les relations en jeu

2.1.1 Le développement par le tourisme ?

2.1.1.1 Du développement au développement humain

Le terme de développement découle, dans la genèse et l'historique des idées, de celui de pays sous- développés apparu aux lendemains de la Seconde guerre mondiale (Robineau 1985, p.25). La perspective de développement est activée par la déclaration du président américain Harry Truman en 1949 : *« Notre but devrait d'être d'aider les peuples libres du monde à produire, par leurs propres efforts, plus de nourriture, plus de vêtements, plus de matériaux de construction, plus d'énergie mécanique afin d'alléger leurs fardeaux. […] Une production plus grande est la clef de la prospérité et de la paix. »* (cité par Rist 2001, p.118-120). Il justifie alors son engagement en faveur de la coopération au développement de la manière suivante : *« La vie économique (des pauvres) est primitive et stagnante […]. Leur pauvreté est un handicap et une menace pour eux et pour les zones plus prospères »* (cité chez Rahnema 2010, p.178). Nous avons donc avec Truman une définition purement quantitative et unidimensionnelle du développement.

Dans les années 1970, (Oberle, Stowers, et Darby 1974, p.62) sortent de cette vision quantitative du développement, en en faisant un processus dans lequel de plus en plus de membres d'une région ou d'un environnement donné prennent et mettent en œuvre des décisions socialement responsables, dont la conséquence probable est une augmentation des chances dans la vie de certaines personnes sans diminution dans les chances de la vie des autres. D'après Myrdal, le développement doit être compris comme le mouvement ascendant de tout le système social, où il existe une causalité circulaire entre des conditions et des changements ayant des effets cumulatifs (Myrdal 1974, p.735).

En 1986, l'article 1 de la Déclaration sur le droit au développement a cité : *« le développement est un processus global, économique, social, culturel et politique, qui vise à améliorer sans cesse le bien-être de l'ensemble de la population et de tous les individus, sur la base de leur participation active, libre et significative au développement et au partage équitable des bienfaits qui en découlent. »*. Et *« l'être humain est le sujet central du développement »*, a aussi déclaré dans l'article 2 de cette déclaration (United Nations 1986).

En 1990, selon la Commission Sud de l'ONU, *« le développement est un processus qui permet aux êtres humains de développer leur personnalité, de prendre confiance en eux-mêmes et de mener une existence digne et épanouie. C'est un processus qui libère les populations de la peur du besoin et de l'exploitation et qui fait reculer l'oppression politique, économique et sociale. C'est par le développement que l'indépendance politique acquiert son sens véritable. Il se présente comme un processus de croissance, un mouvement qui trouve sa source première*

dans la société qui est elle-même en train d'évoluer. […] Le vrai développement est centré sur les êtres humains. » (The Report of the South Commission 1990, p.10-11).

La même année, le Rapport mondial sur le développement humain introduit le concept de développement humain : *« le développement humain est « un processus qui conduit à l'élargissement de la gamme des possibilités qui s'offrent à chacun. En principe, elles sont illimitées et peuvent évoluer avec le temps. Mais, quel que soit le stade de développement, elles impliquent que soient réalisées trois conditions essentielles : vivre longtemps et en bonne santé, acquérir un savoir et avoir accès aux ressources nécessaires pour jouir d'un niveau de vie convenable. Si ces conditions ne sont pas satisfaites, de nombreuses possibilités restent inaccessibles. Mais le concept de développement humain ne se limite pas à cela. Il englobe également des notions aussi capitales que la liberté politique, économique ou sociale, et aussi importantes que la créativité, la productivité, le respect de soi et la garantie des droits humains fondamentaux. […] Selon cette notion du développement humain, l'amélioration du revenu, pour importante qu'elle soit, n'est jamais qu'une aspiration parmi d'autres […] Le développement doit donc être bien plus qu'une accumulation de revenus et de richesses. Il doit être centré sur les personnes »* (PNUD 1990). Ce premier rapport sur le développement humain reprend les idées fondamentales de l'approche par les capabilités d'Amartya Sen (Kuklys 2005, p.9). D'après Sen, le développement est un processus d'élargissement des véritables libertés dont jouissent les gens (Sen 2000, p.36). Depuis son apparition, le concept de développement humain a toujours été un concept évolutif. Chaque année, le Rapport mondial sur le développement humain réexamine ce concept en tenant compte des critiques ou pousse son analyse plus en détail (PNUD 1996, P.62). Toutefois, au cours de temps, l'un des principaux objectifs de ce rapport est d'insister sur le fait que le développement est avant tout et fondamentalement une question de personnes (PNUD 2010, p.1). C'est-à-dire que *« les personnes doivent être au centre de l'attention, le développement étant organisé autour d'eux et non pas l'inverse »* (PNUD 1991, p.1). Ainsi, dans la conception du développement humain, la liberté est une condition essentielle. Les individus doivent pouvoir opérer des choix sur des marchés fonctionnant convenablement, et doivent disposer du pouvoir de participer pleinement à l'édification de leurs structures politiques (PNUD 1990, p.1).

Nous pouvons donc dire sur la base de ces différentes sources, que le développement couvre une complexité de relations (Soares Jr et Qu'intailla 2008) et qu'il n'y a pas de réponse uniforme ou unique (Kânpur 2007, p.7). Le concept a évolué dans le temps : il apparaît clairement que nous sommes passés d'une définition quantitative et unidimensionnelle à une définition qualitative et multidimensionnelle où l'être humain occupe une position centrale.

2.1.1.2 La relation entre tourisme et développement

L'étude du rôle du tourisme comme outil de développement n'est pas nouvelle. A partir des années 1960, quelques approches académiques des phénomènes touristiques ont intégré ce que l'on peut désigner par une préoccupation pour le développement des « pays du Sud » (De Kadt 1979b). En se concentrant sur les pays et régions moins développés, De Kadt reconnaît dans l'ouvrage collectif qu'il a dirigé, intitulé « Tourisme, passeport pour le

développement ? », que le tourisme pourrait créer des emplois, développer des liens avec l'agriculture et d'autres secteurs économiques, créer des opportunités pour les jeunes et les femmes, encourager l'activité entrepreneuriale locale et améliorer la qualité de vie des pauvres en finançant les services publics de base, la formation et l'éducation (De Kadt 1979a, p.11-12). Certains contributeurs à cet ouvrage se sont intéressés à l'impact du tourisme sur les pauvres, aboutissant à des conclusions différentes selon les destinations. Par exemple, Wilson a noté que le tourisme avait apporté peu d'avantages aux pauvres urbains et ruraux des Seychelles (Wilson 1979, p.229) alors que l'entreprise française de consultants « groupe huit » indique que les pauvres de la Tunisie peuvent bénéficier d'emplois au moins dans la phase initiale de construction des infrastructures, notamment hôtelières mais aussi d'emplois indirects de service plutôt informels (Le Groupe Huit 1979, p.286). Dès lors, l'effet positif du tourisme sur la réduction des inégalités entre les pays, a été officiellement établi comme un idéal vers lequel tendre, au niveau institutionnel par l'Organisation mondiale du tourisme, laquelle affirmait dans sa Déclaration de Manille sur le tourisme mondial de 1980 que : « *Le tourisme mondial peut contribuer à l'établissement d'un nouvel ordre économique international qui contribuera à éliminer le fossé économique croissant entre les pays développés et en développement et à assurer l'accélération constante du développement et du progrès économique et social, en particulier dans les pays en développement »* (Organisation mondiale du tourisme 1980, p.1)

Sharpley souligne que l'élément important selon lui, est que l'attention est désormais fréquemment dirigée sur l'effet de développement du tourisme dans les pays les moins développés, les plus périphériques, sachant que pour les pays industrialisés, ce potentiel est reconnu de longue date (Sharpley 2015, p.6). Certes, de nombreux pays considèrent le tourisme comme un élément essentiel de leurs plans et politiques de développement (Croes et Rivera 2016; Sharpley 2015; Telfer et Sharpley 2008; Organisation mondiale du tourisme 2002; Dieke 1989). Sans surprise, une grande partie de la littérature sur le développement du tourisme a eu longtemps un objectif similaire, avec de nombreux textes et articles traitant explicitement du développement grâce au tourisme dans les pays moins développés (Mowforth et Munt 2009; 1998; Brohman 1996). En particulier, le tourisme est présenté comme un moyen privilégié de résoudre les problèmes socio-économiques auxquels sont confrontés les zones rurales périphériques (Egbali et Nosrat 2011; Phelan et Sharpley 2011; Park et Yoon 2009; Roberts et Hall 2001).

Dans le monde entier, la raison la plus convaincante de poursuivre le tourisme en tant que stratégie de développement est sa prétendue contribution positive à l'économie locale ou nationale. Certains auteurs reconnaissent un effet positif sur l'augmentation de la croissance économique à long terme (Schubert, Brida, et Risso 2011, p.377) quand d'autres soutiennent que le tourisme à grande échelle peut apporter des avantages économiques, que les fuites sont faibles et qu'il s'agit d'un outil pour la réduction de la pauvreté dans les pays les moins avancés (Butcher 2003; Page 1999). Mais dans le même temps, il se trouve d'autres auteurs

pour prétendre que les avantages locaux sont rares et les fuites élevées (Walpole et Goodwin 2000).

C'est que la mesure dans laquelle le tourisme contribue à l'économie nationale ou locale ou, plus généralement, au développement varie en fonction de divers facteurs. En 2002, l'OMT présente le tourisme comme l'une des principales exportations des pays en développement et des pays les moins avancés, constatant qu'il se développe rapidement et constitue la principale source de devises après le pétrole : c'est même la première source d'exportation pour le tiers des pays en développement (Organisation mondiale du tourisme 2002, p.9-10).

Mais, parmi les pays qui misent sur le tourisme, les pays les moins développés seront plus dépendants vis-à-vis du tourisme que les pays industrialisés et ce sera encore plus le cas des pays plus petits et moins développés avec des bases de ressources très limitées, en particulier les micro-États insulaires, chez lesquels le tourisme est devenu le secteur économique dominant (Sharpley 2015, p.13). Un calcul des recettes du tourisme international en pourcentage du PIB pour les pays les moins avancés a montré qu'un certain nombre d'entre eux sont particulièrement dépendants du tourisme, notamment Maldives (57,7%), Vanuatu (27,4%) et Samoa (17,0%) (Organisation mondiale du tourisme 2004, p.9).

De nombreuses études supposent également que les avantages du tourisme se propageront aux pauvres sans qu'il soit facile d'aboutir à une conclusion claire et univoque comme nous avons déjà pu le voir ci-dessus en parlant du travail de De Kadt. Une étude en République de Maurice montre que si le tourisme peut offrir des avantages à court terme aux pauvres ; ceux-ci peuvent diminuer à long terme (Naidoo et Sharpley 2015, p.7). L'étude de (Adiyia et al. 2014) en Uganda a également établi que le tourisme a fourni une diversification des moyens de subsistance pour les habitants. Ceux qui comptaient sur l'emploi dans le secteur de l'hébergement avaient le plus faible revenu. L'étude (Zeng et al. 2014) en Chine a confirmé que les habitants ont bénéficié financièrement du développement du tourisme sans pour autant qu'ils soient capables d'accroître ces avantages en raison d'un manque de ressources d'investissement. Une autre étude a découvert que l'emploi lié à l'écotourisme a amélioré la sécurité financière et le bien-être social des habitants dans les zones rurales reculées au Botswana, au Malawi et en Namibie (Snyman 2012). Et une étude réalisée en Asie Pacifique, aux Caraïbes et en Afrique a aussi confirmé que le tourisme a contribué à la réduction de la pauvreté dans les petits États insulaires en développement (Jiang et al. 2011).

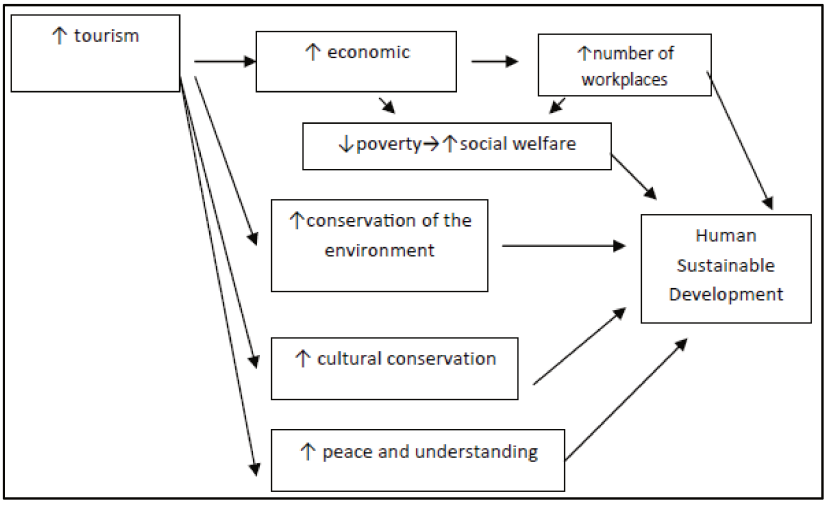
Plus généralement, il semblerait que le tourisme puisse jouer un rôle important dans la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) de l'Organisation des Nations Unies (ONU) (Schéou 2017; Saarinen et Rogerson 2014; Saarinen, Rogerson, et Manwa 2011; Organisation mondiale du tourisme 2010b; Christie et Sharma 2008), et pas seulement pour le premier d'entre eux, l'objectif de réduction de la pauvreté (OMD 1) : (Spenceley et Meyer 2012; Meyer 2007; Organisation mondiale du tourisme 2004), mais aussi à ceux de l'égalité des sexes (OMD 3) : (Tamandani, Bostani, et Miri 2015; Ferguson 2011; Organisation mondiale du tourisme 2010a; Ateljevic 2008; Organisation mondiale du tourisme

2004; Gorg 2000; Scheyvens 2000; Organisation mondiale du tourisme 1980), aux objectifs de la durabilité environnementale (OMD 7) : (Park et Yoon 2009; Greiner et Rolfe 2004; Organisation mondiale du tourisme 2004; Bramwell et Lane 1993) mais aussi à l'objectif n° 8 de mise en place d'un partenariat mondial pour le développement (OMD 8). Par contre, le tourisme ne peut contribuer qu'indirectement à l'atteinte des autres objectifs, soit en participant à la réduction de la pauvreté, soit par des dons à des projets et / ou à des ONG spécialisées (Schéou 2017).

Si traditionnellement, le tourisme a toujours été considéré comme un moyen d'encourager le développement économique (Croes 2012a, p.546), au cours des années 1990 et 2000, le tourisme a intégré des aspects du développement humain (Telfer 2015, P.39). Le défi du développement est toujours d'améliorer la qualité de vie (Organisation mondiale du tourisme 2004, p.5). Cependant, diverses études ont montré que le tourisme peut avoir une influence positive sur la qualité de vie des populations d'accueil (Yu, Cole, et Chancellor 2016; Boukas et Ziakas 2015; Biagi et al. 2015; Kim, Uysal, et Sirgy 2013; Nkemngu 2015; Croes 2012b; Aref 2011; K. L. Andereck et Nyaupane 2011; Renda, Mendes, et Oom do Valle 2011; K. Andereck et Jurowski 2006; Perdue, Long, et Kang 1999; Crotts et Holland 1993; J. C. Liu et Var 1986).

Nombre d'auteurs reconnaissent comme essentiel que le développement du tourisme soit conçu comme un moyen de faire progresser différents aspects du développement humain (Nana 2017; Biagi, Ladu, et Royuela 2016; Croes et Rivera 2016; Hashimoto 2015; Sharpley 2015; Telfer 2015; Ridderstaat, Croes, et Nijkamp 2014; 2013; Holden 2013; Barros, Barros, et Dieke 2012; Croes 2012a; Assaf 2011; Dodu et Mărginean 2011; Jiang et al. 2011; Croes et Vanegas 2008; Higgins-Desbiolles 2006).

Figure 1 : La contribution du tourisme au développement durable humain



Source : (Dodu et Mărginean 2011, p.35)

Dodu et Mărginean ont proposé un schéma théorique vertueux de la manière dont le tourisme et sa croissance peuvent élever le niveau de développement humain par des effets positifs sur l'économie, la préservation environnementale et culturelle, la compréhension et la paix.

Mais il est difficile de retrouver ce schéma idéal dans la réalité. Les résultats de (Croes et Vanegas 2008) révèlent une connectivité entre tourisme et développement humain dans le cas du Nicaragua. La croissance du tourisme accroît directement les capacités des individus, ce qui suggère que lorsque les recettes touristiques moyennes augmentent, la population semble mieux maîtriser les ressources pertinentes (éducation, santé, alimentation, etc.) qui améliorent la performance du développement humain. Cette connectivité se renforce d'ailleurs mutuellement : au fur et à mesure que les performances en matière de développement humain s'améliorent, les services touristiques s'améliorent, générant ainsi des recettes touristiques plus élevées. Les recettes du tourisme au Nicaragua ont considérablement augmenté au fil du temps, confirmant cette constatation.

Par contre, dans le cas du Costa Rica, une fragilité du lien entre le développement du tourisme et les améliorations du développement humain est mise en évidence. Les facteurs de preuve, tels que le coefficient à court terme plus important comparé à celui du long terme, et le manque de relation à long terme allant du développement humain au développement touristique, indiquent une relation instable dans le temps (Croes 2012a, p.551).

Dans la même ligne, le travail de (Biagi, Ladu, et Royuela 2016) porte sur le lien entre le tourisme et le développement humain pour un panel de 63 pays, développés et en développement et urbanisés et ruraux, de 1996 à 2008. Leurs résultats ont confirmé que, en moyenne, le tourisme est associé positivement avec le développement humain, mais dans les petits pays développés, cette relation tend à être négative, ce qui suggère qu'au-delà d'un certain seuil, le développement du tourisme produit certains types d'externalités négatives. L'étude au Mozambique sur le tourisme et le développement de (Barros, Barros, et Dieke 2012) et l'étude dans les petits États insulaires en développement en Asie Pacifique, aux Caraïbes et en Afrique de (Jiang et al. 2011) ont confirmé que le tourisme a amélioré le développement humain. Hashimoto s'est intéressé spécifiquement à la relation entre changement socioculturel et tourisme et a montré que le tourisme a la capacité d'améliorer la qualité de vie et le bien-être de ceux qui vivent dans une destination (Hashimoto 2015, p.225). A l'opposé (M. A. Rivera 2016, p.10) affirme que la croissance du tourisme dans le monde en développement n'apporte pas de développement humain, mais l'inverse. Ces résultats sont proches de ceux trouvés par (Vanegas, Gartner, et Senauer 2015; Croes 2012a) dans le cas du Costa Rica.

On peut dire que le tourisme a une influence majeure sur l'économie, la société, la culture et l'environnement, sans qu'il soit possible de qualifier de manière univoque ses effets : les études ci-dessus montrent qu'il peut avoir des effets positifs comme négatifs selon les pays et les destinations, que ce soit directement ou indirectement via d'autres secteurs d'activitéI Il ressort, en particulier, que les effets positifs sont plus nets dans les pays développés que dans les pays en développement où il arrive même que la relation entre tourisme et développement humain soit négative.

2.1.2 Le tourisme homestay et le développement humain

2.1.2.1 Le concept du tourisme homestay

Le terme « homestay » provient des mots anglais de « home » et « stay » (Othman, Sazali, et Mohamed 2013, p.71). Selon (Lanier et Berman 1993), le homestay est un séjour dans une maison privée dans laquelle la chambre inutilisée est louée dans le but de compléter les revenus et de rencontrer des gens (Lanier et Berman 1993, p.16). Et selon (P. A. Lynch 2005a, p.528) le homestay est devenu un terme spécialisé pour désigner les types d'hébergement où les touristes ou les clients paient pour rester dans des maisons privées, où l'interaction a lieu avec un hôte et/ ou une famille vivant habituellement sur les lieux, et avec l'espace public est, dans une certaine mesure, partagé (P. A. Lynch 2005a, p.528).

En fait, le concept de homestay n'est pas nouveau (Gu et Wong 2006, p.256). Il a commencé à la fin des années 1970 en Europe sous différentes désignations d'un pays à l'autre (Mapjabil et al. 2015, p.2). Sa genèse est étudiée par (Yasami, Bin Awang, et Teoh 2017). Au Royaume-Uni, les traditions d'hospitalité et de nourriture pour les travailleurs agricoles saisonniers ont contribué au développement des vacances à la ferme où les loisirs et le tourisme sont devenus des formes signifiantes de diversification des activités pour les agriculteurs de nombreuses régions du pays (Othman, Sazali, et Mohamed 2013, p.69). Ensuite, il est plus souvent associé à l'apprentissage de l'anglais (Ibrahim et Razzaq 2010, p.10). En Australie, le terme « homestay » fait référence au concept de séjour avec une famille dans le but de vivre la culture et d'associer à l'hébergement « bed and breakfast » et à l'hébergement étudiant international (Richardson 2003b). Ce concept est similaire à celui en Malaisie, c'est-à-dire que les hôtes fournissent des espaces de couchage et de petits déjeuners et les visiteurs/ touristes participent aux activités agricoles avec leurs familles (Mapjabil et al. 2015, p.2). Au-delà, de l'élément commun qu'est le séjour chez l'habitant, il peut y avoir des particularités selon les pays (cf. Tableau 1) et selon les auteurs dont la plupart l'envisagent non plus comme un simple hébergement mais comme un produit touristique.

Tableau 1 : Concepts de homestay dans les différents pays

N^0	Pays	Concepts du homestay
1	Afrique du Sud	Leisurestay
2	Australie	Farmstay
3	Canada	Cultural homestay, Farmstay, Heritage homestay
4	Corée du Sud	Educational homestay
5	Etats-Unis	Agricultural homestay, Educational homestay
6	Indonésie	Cultural homestay, Leisurehomestay
7	Japon	Home visit, Educational homestay
8	Nouvelle-Zélande	Farmstay, Cottage homestay
9	Philippines	Cultural homestay
10	Singapour	Urban homestay
11	Thaïlande	Student homestay, Volunteer homestay, Cultural homestay

Source : (Hamzah 2008, p.194 cité chez Pazin 2004)

Pour (Mohamad et al. 2013b, p.48), c'est un des nouveaux produits d'agrotourisme qui combinent tourisme et loisirs. (Zamani-Farahani 2011) affirme pour sa part que le tourisme homestay est une combinaison de tourisme à la ferme et d'activités récréatives, avec la pleine participation de la communauté locale. Le programme malaisien de homestay peut être considéré comme un produit rural et culturel de tourisme communautaire. Il a été reconnu comme un catalyseur pour le développement de la communauté rurale (Ibrahim et Razzaq 2010, p. 8,9,18). Le développement de homestays est considéré comme le programme principal du développement du tourisme rural qui apporte aux populations locales des revenus accrus en Indonésie (Nugroho et al. 2016, p.17). Au Népal aussi, le homestay est un nouveau modèle de développement touristique qui offre une excellente opportunité de partager, de voir et de ressentir la diversité du mode de vie à la campagne, de la culture locale et des traditions. Il promeut l'économie rurale à travers la promotion du tourisme rural (Thakuri 2016, p.1). Le tourisme homestay a aussi été reliée à des activités écotouristiques (Osman et al. 2011, p.12). (Yassin 2015) affirme même que le homestay constitue un apport essentiel à la croissance de l'écotourisme et du tourisme patrimonial. Pour (Bhan et Singh 2014), le tourisme homestay constitue un outil essentiel pour le développement des zones rurales dans tous les domaines, y compris les domaines économique, culturel, social et environnemental.

Par ailleurs, le homestay serait localisé dans une plus grande variété de types d'espaces (zones rurales, littorales,…) que les autres modes d'hébergement tels qu'un hôtel, un motel ou un « bed and breakfast » qui se situent habituellement en ville ou en banlieue (Pusiran et Xiao 2013). Bien que l'endroit puisse varier, le concept de base du homestay présente des éléments communs partout, le distinguant de tout autre produit touristique. Un homestay combine le confort et la distance d'un hôtel de caractère avec l'hospitalité personnelle, l'informalité et les connaissances locales appréciées lors d'un séjour avec des familles d'amis. Un homestay offre un aperçu de la culture, de traditions, de l'histoire et de la vie quotidienne d'une famille. Selon Venkatesh et Mukesh, les clients ont la chance de déguster une cuisine authentique dans sa meilleure cuisine maison (Venkatesh et Mukesh 2015, p.1). D'autres auteurs mettent l'accent sur l'interaction authentique entre l'hôte et l'invité comme pivot de toute l'expérience, plaçant l'hôte dans un rôle inestimable à jouer (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015, p.32; Ranasinghe 2015, p.446).

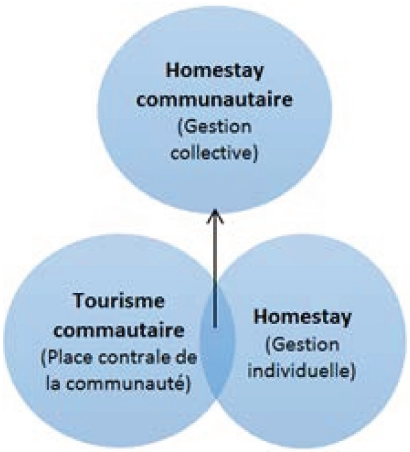
Certains auteurs affirment que le tourisme homestay est un élément central du tourisme communautaire au Bangladesh (Parveen 2016), en Chine, en Malaisie, en Thaïlande (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015, p.45), en Inde (Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016) et encore au Népal (Acharya et Halpenny 2013) etc. Il y en a même pour dire que le tourisme homestay est en soi un type de tourisme communautaire (Acharya et Halpenny 2017; Samsudin et Maliki 2015; Abdullah et Said 2014; Yusof et al. 2013; Jamal, Othman, et Muhammad 2011; Kayat 2002).

Nous pensons qu'il est gênant de confondre homestay et tourisme communautaire. En 1997, le tourisme communautaire a été défini par l'ONG thaïlandaise REST ainsi : *« Le tourisme communautaire est un tourisme qui prend en compte la durabilité environnementale, sociale et culturelle. Il est géré et possédé par la communauté, pour la communauté, dans le but de permettre aux visiteurs d'accroître leur connaissance de la communauté et des modes de vie locaux »*[3]. L'ambiguïté de nombreuses définitions données et utilisées par des chercheurs a été mise en évidence par les travaux de (Schéou, Girard, et Nguyen 2019), présentée dans le colloque international sur le sujet « Community-Based Tourism and Sustainable Development in a Globalized Context » à Ho Chi Minh Ville, Vietnam.

Pour éviter les confusions, en conséquence, lorsque nous parlons de tourisme communautaire, nous considérons que la place de la communauté doit être centrale en termes de prise de décision, de participation à toutes les phases du projet et dans la distribution des avantages.

Lorsque nous parlons de homestay sans précision, nous parlons d'un homestay organisé sur une base individuelle ; lorsque le homestay est organisée sur une base communautaire, nous dirons le homestay communautaire. Cette différence est illustrée par le schéma suivant.

Figure 2 : Différence entre tourisme communautaire et homestay



Auteur, 2018

Le homestay émerge comme un sujet important dans la recherche touristique contemporaine (Ranasinghe 2015, p.442).

Il n'est pas surprenant que de nombreuses études aient été menées dans les différentes régions géographiques : les pays occidentaux : Angleterre (P. A. Lynch 2005b; 2005a; 1999; 1998; 1994), Australie (Moscardo 2009; Richardson 2003a, 2003b), Canada (Crealock, Derwing, et Gibson 1999), Écosse (Sweeney et Lynch 2009; 2007; Di Domenico et Lynch 2007),

[3] « Community-Based Tourism is tourism that takes environmental, social, and cultural sustainability into account. It is managed and owned by the community, for the community, with the purpose of enabling visitors to increase their awareness and learn about the community and local ways of life » (Suansri 2003, p.14).

Irlande (Mottiar et Laurincikova 2009), Nouvelle-Zélande (McIntosh, Lynch, et Sweeney 2011; Hall 2009) ; les pays asiatiques : Bangladesh (Parveen 2016), Chine (J.-H. Wang 2018; Yaru, Liu, et Jing 2018; Gu et Wong 2006; 2005), Iran (Pakshir et Nair 2011), Inde (Kumaran, Kannan, et Milton 2019; Thapa, Manavi, et Malini 2018; Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; Venkatesh et Mukesh 2015; Bhan et Singh 2014; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Datta et Gailey 2012; Sebastian et Rajagopalan 2009; Baker 2008), Indonésie (Maryani et al. 2018; Nugroho et al. 2016; Arevin, Sarma, Asngari, et Muljono 2014; Arevin, Sarma, Asngari, et Mulyono 2014; Ross et Wall 1999; Dahles et Bras 1999), Fiji (A. Campbell 2010), Japon (Rea 2000), Laos (Suntikul, Bauer, et Song 2009), Malaisie (Yong et Hassan 2019; Affizzah, Melissa, et Muhammad Ashraf 2017; Ramele et al. 2017; Tavakoli, Mura, et Rajaratnam 2017; Kasuma et al. 2016; Kayat et al. 2016a; 2016b; Yusof et al. 2016; Amir et al. 2015; Hussin, Kunjuraman, et Weirowski 2015; Samsudin et Maliki 2015; Sita et Nor 2015; Yassin 2015; Abdullah et Said 2014; Ahmad, Jabeen, et Khan 2014; Hussin et Kunjuraman 2014; Kayat 2014; 2010; Osman et Bakar 2014; Salleh et al. 2014; Shukor et al. 2014; Amin et al. 2013; Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013; Othman, Sazali, et Mohamed 2013; Pusiran et Xiao 2013; Yusof et al. 2013; 2012; Yusof, Amin, et Muda 2012; Bhuiyan et al. 2012; Jamaludin, Othman, et Awang 2012; Razzaq et al. 2012; Bhuiyan et al. 2011; Halim, Zakaria, et Alias 2011; Razzaq et al. 2011; Zamani-Farahani 2011; Ibrahim et Razzaq 2010; Musa, Kayat, et Thirumoorthi 2010; Osman et al. 2010; 2009; 2011; Hamzah 2008; Kayat 2002), Népal (Acharya et Halpenny 2017; 2013; Thakuri 2016; Chhetri 2015), Sri Lanka (Wijesundara et Gnanapala 2016; Ranasinghe 2015; 2014), Philippines (Guevarra et Rodriguez 2015; Gabito 2013), Taïwan (Hu, Wang, et Wang 2012; Hsu et Lin 2011), Thaïlande (Yiamjanya 2016; Moore et Donaldson 2016; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; 2014; Saraithong et Chancharoenchai 2011; Oranratmanee 2011; Chaiyatorn, Kaoses, et Thitphat 2010; Naipinit et Maneenetr 2010), et certains pays africains comme Afrique du Sud (Kwaramba et al. 2012), Ghana (Agyeiwaah et al. 2014; Agyeiwaah 2013; Agyeiwaah, Akyeampong, et Amenumey 2013), Kenya (Kimaiga et Kihima 2018; Ogucha et al. 2015), Namibie (Beliveau et al. 2012), Zambia (Dixey 2005). En outre, le rôle positif de homestay pour l'apprentissage de la langue a été trouvé au Mexique, en Espagne (S. M. Knight et Schmidt-Rinehart 2002), en Tunisie (Shiri 2015) ou son rôle dans la science de la santé est aussi examiné par (Hughes et al. 2017). Ces recherches sur le homestay ne sont évidemment pas figées et se poursuivent partout dans le monde entier.

2.1.2.2 Les facteurs de réussite du tourisme homestay

En 2008, l'organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC) a commandé une étude pour examiner et identifier les facteurs qui ont contribué à la réussite de 10 projets de tourisme communautaire sélectionnés dans les économies de l'APEC parmi lesquels il y a des projets qui correspondent en réalité à du homestay organisé individuellement et non pas à du tourisme communautaire (cf. la confusion dénoncée plus haut). Ces projets (cf.Tableau 2) ont été identifiés comme faisant partie des plus réussis dans la région.

Tableau 2 : Dix projets de tourisme communautaire réussis dans la région de l'APEC

Initiateur	Project et location
Gouvernement	Guisi Community Based Heritage Tourism, Guimaras, Philippines
	Seongeup Folk Village, Jeju Island, South Corée du Sud
Organisations Non Gouvernementales (ONGs)	Ta Phin Village, Sapa, Vietnam
	Lashihai Homestay, Lijiang, Chine
	Miso Walai Homestay, Kinabantangan Reserve, Sabah, Malaise
Industrie touristique	Saung Angklung Udjo, Bandung, Indonesie
	St. Jacobs County, Toronto, Canada
	Shui-Li Snake Kiln Ceramic Park, Nantou County, Taipei chinois
Communauté	Whale Watch Kaikoura, Nouvelle-Zélande
	Kuku Yalanji Dreamtime Walk, Mossman, Australie

Source : (Hamzah et Khalifah 2009, p.3)

La Malaisie, le Costa Rica, le Népal et la Thaïlande sont des exemples typiques où le tourisme homestay a abouti à une réussite importante selon (Kwaramba et al. 2012, p.886). Toutefois, la réussite résulte de divers facteurs. D'après plusieurs auteurs, la participation de communauté locale est un des facteurs de la réussite de développement du tourisme homestay (Yong et Hassan 2019; Kayat et al. 2016a; 2016b; Acharya et Halpenny 2013; Pusiran et Xiao 2013; Yusof, Amin, et Muda 2012; Chaiyatorn, Kaoses, et Thitphat 2010; Ibrahim et Razzaq 2010; Naipinit et Maneenetr 2010). Selon (Kayat et al. 2016a; 2016b), le programme de tourisme homestay doit être soutenu par la communauté elle-même pour qu'il prospère et se maintienne.

Le soutien communautaire comprend la participation de la communauté à chaque étape du programme ainsi que son engagement à s'assurer que le programme est mis en œuvre avec la réussite. En fait, la plupart des projets de tourisme homestay malaisien nécessitent la participation non seulement de la famille d'accueil, mais également de l'ensemble de la communauté, y compris des enfants scolarisés, du club de jeunes, du club des femmes, etc.

Par exemple, les membres du club de jeunes organisent la démonstration de jeux traditionnels (Ibrahim et Razzaq 2010, p.18-19). La participation de la communauté est considérée comme extrêmement essentielle à la réussite de tourisme homestay. Le manque de la participation communautaire peut mener à l'échec du programme du tourisme homestay, confirmé par (Pusiran et Xiao 2013, p.4).

Le leadership dans le tourisme en général est un domaine négligé avec peu d'études publiées sur les qualités du leadership, ou les processus qui identifient et soutiennent les leaders du tourisme selon (Blackman et al. 2004, p.66). Pourtant, de nombreuses études se sont intéressées au leadership dans le développement du tourisme homestay (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Kayat et al. 2016a; 2016b; Nugroho et al. 2016; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; 2014; Pusiran et Xiao 2013; Yusof, Amin, et Muda 2012; Bhuiyan et al. 2011; Razzaq et al. 2011; Ibrahim et Razzaq 2010). Selon (Nugroho et al. 2016,

p.17), le renforcement du leadership aura une influence positive sur l'orientation de la vision de conservation culturelle et environnementale.

Le leadership local stimule également le développement de l'organisation du tourisme et crée des relations de partenariat avec les populations locales et d'autres parties prenantes. A titre d'exemple, le leadership dynamique est l'un des éléments importants apportant la réussite au programme de homestay à Miso Walai (Malaisie) (Razzaq et al. 2012).

L'étude de (Kayat et al. 2016b, p.148) montre même que les opérateurs homestays perçoivent le leadership comme un facteur de succès plus important que le soutien de la communauté dans le développement de homestays. Par contre, (Kayat et al. 2016a, p. 568) invoque qu'un leadership médiocre peut causer une inefficacité du tourisme homestay en termes de génération de revenus et d'autres avantages pour la communauté.

Dans le domaine de tourisme homestay, plusieurs auteurs examinent également le rôle des ONGs comme un facteur de la réussite de tourisme homestay (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Nugroho et al. 2016; Moore et Donaldson 2016; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2014; Kayat 2014; Acharya et Halpenny 2013; Ibrahim et Razzaq 2010). En général, les ONGs dirigent les initiatives et fournissent un soutien financier, de formation et de marketing pour la réussite du tourisme homestay (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017, p.333).

Par exemple, parmi les acteurs externes jouent un rôle le plus important pour la réussite du tourisme homestay à Mae Kampong (Thaïlande), les ONGs sont un élément crucial (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2014) ou l'ONG « Adventure Rural Development Program Nepal 7 (plus connue sous le nom de « Seven Sisters ») est considérée comme un facteur de la contribution à la réussite de tourisme homestay à Barpak (Népal) (Acharya et Halpenny 2013, p.9).

Le gouvernement joue un rôle indiscutable pour le développement d'un pays. Pour le développement touristique, l'OMT a affirmé que *« Les gouvernements ont un rôle crucial à jouer dans le développement et la gestion du tourisme et dans son évolution vers plus de durabilité »* (Organisation mondiale du tourisme 2006, p.24).

Plusieurs auteurs ont également examiné le rôle du gouvernement pour la réussite du tourisme homestay comme en Malaisie (Affizzah, Melissa, et Muhammad Ashraf 2017; Ghapar, Othman, et Jamal 20015; Kayat 2014; Mohamad et al. 2013b; Yusof et al. 2013; Ibrahim et Razzaq 2010), en Indonésie (Nugroho et al. 2016), au Népal (Acharya et Halpenny 2013), au Sri Lanka (Ranasinghe 2015), et en Thaïlande (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; 2014). Malgré le contexte différent, ces auteurs ont la même opinion que le gouvernement joue un rôle central en tant que l'un des plus grands partisans pour stimuler le développement du tourisme homestay.

Selon (Ibrahim et Razzaq 2010), la réussite du programme du tourisme homestay dépend de l'implication du gouvernement dans la planification, l'organisation, la mise en œuvre et le

contrôle du programme. Par conséquent, pour assurer la réussite du programme du tourisme homestay, il est essentiel que le gouvernement soit impliqué à toutes les étapes du programme (Ibrahim et Razzaq 2010, p.15).

Par exemple, le gouvernement malaisien prend de sérieux efforts pour développer le programme du tourisme homestay du pays (Mohamad et al. 2013, p.47). Le tourisme homestay est l'un des produits touristiques promus par le gouvernement (Mohamad et al. 2013, p.48). Il est adopté comme l'une des niches touristiques soutenues dans le septième plan de la Malaisie (1996 – 2000) (Economic Planning Unit 1996, p.521). Le gouvernement de Malaisie a aussi mis en place différents fonds d'assistance tels que le fonds d'infrastructure touristique, les fonds spéciaux des voyages et les fonds de motivation pour l'investissement dans l'industrie du tourisme (Economic Planning Unit 2010). En plus, les autorités touristiques de chaque état doit jouer un rôle afin de soutenir les entrepreneurs de homestay et le programme du tourisme homestay et les institutions touristiques locales peuvent également évaluer la stratégie afin de promouvoir le tourisme homestay pour la population locale (Mohamad et al. 2013, p.50). Par exemple, la réussite du tourisme homestay à Mae Kampong (Thaïlande) est venue de la recherche du financement, du marketing et du soutien à la formation de plusieurs agences gouvernementales thaïlandaises (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2014, p.115).

Avant, la diffusion de homestay se basait principalement sur « le bouche-à-oreille » (Lanier et Berman 1993, p.16). A l'époque actuelle, l'expansion de ce type touristique peut venir de différentes façons de marketing. Un manque en connaissances indispensables en marketing peut conduire à l'échec du tourisme homestay. Par conséquent, il est crucial pour les entrepreneurs de homestays de comprendre l'environnement des affaires du tourisme homestay et l'état actuel du marketing des services afin de réussir (Ismail et al. 2016, p.399). Cet avis est partagé par de nombreux auteurs (Kasuma et al. 2016; Yiamjanya 2016; Nugroho et al. 2016; Ismail et al. 2016; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2014; Kayat 2014; Bhuiyan et al. 2011; Ibrahim et Razzaq 2010; A. Liu 2006; Dixey 2005).

Et pour (Nugroho et al. 2016), la promotion est même la partie la plus importante dans la gestion du tourisme dans un village. La promotion vise non seulement à augmenter le nombre des visiteurs mais aussi à motiver les visiteurs adopter un comportement de conservation environnementale et culturelle. Plus les acteurs sont impliqués, plus les promotions peuvent permettre de comprendre la conservation environnementale et culturelle grâce aux services touristiques (Nugroho et al. 2016, p.17). Selon (Bhuiyan et al. 2011), la réussite du tourisme homestay dépend de certains facteurs dont les bonnes stratégies de marketing et de promotion jouent un rôle très important (Bhuiyan et al. 2011, P.545).

Chez tous les auteurs, il y a unanimité à propos tout le monde est partout conscient qu'il faut être prévenant et attentif à l'environnement. Tout comme la conservation de l'authenticité et de la diversité, la préservation de la nature doit être aussi originale que possible (Amir et al. 2015, p.121). Parce que les visiteurs viennent pour l'unicité de l'expérience (Kayat 2014, p.4).

Donc, les entrepreneurs de homestay sont conscients de l'importance de la conservation des forêts et en ont pris conscience jusqu'à ce qu'ils considèrent cette activité comme l'autre principal produit touristique du programme du homestay (Kunjuraman et Hussin 2017, p.4). Par exemple, l'environnement unique à Dagat en Malaisie) est considéré comme un facteur de réussite pour le tourisme homestay (Kunjuraman et Hussin 2017, p.4). C'est aussi le cas de Mae Kampong (Thaïlande), qui a la chance d'être située à une altitude élevée avec un climat tempéré et de l'air frais.

De plus, son emplacement le long d'un ruisseau, dans une vallée boisée escarpée, contribue à créer un paysage qui attire les touristes des milieux urbains. La combinaison de ces deux circonstances heureuses - proximité d'un centre urbain et d'un paysage naturel luxuriant - est relativement rare en Thaïlande. Ces éléments jouent aussi un rôle indirect pour la réussite de homestay de Mae Kampong (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; 2014).

Les caractéristiques du produit touristique et des services sont considérées comme un facteur de réussite du tourisme homestay (Kumaran, Kannan, et Milton 2019; Yaru, Liu, et Jing 2018; Affizzah, Melissa, et Muhammad Ashraf 2017; Kasuma et al. 2016; Nugroho et al. 2016; Kayat 2014; Pusiran et Xiao 2013; Ibrahim et Razzaq 2010). (Affizzah, Melissa, et Muhammad Ashraf 2017; Pusiran et Xiao 2013) mettent l'accent sur l'unicité du produit touristique quand (Kumaran, Kannan, et Milton 2019; Nugroho et al. 2016; Kayat 2014; Richardson 2003b) mettent en avant la qualité du produit et des services. Et (Kasuma et al. 2016) insistent sur l'unicité du produit et du service. En outre, (Nugroho et al. 2016) évoque l'importance de l'innovation dans le produit et les services du tourisme homestay.

En assurant la réussite de tourisme homestay, la collaboration est encore un facteur important. C'est la collaboration de plusieurs acteurs principaux tels que les entrepreneurs de homestay, les agences gouvernementales concernées et le secteur privé (Acharya et Halpenny 2013, p.380; Yusof et al. 2012, p.343). L'étude de (Razzaq et al. 2011, p.1428) signale que la capacité de la communauté (tels que la participation locale, les connaissances et les compétences de la communauté locale, le leadership, la structure de la communauté, la perception de la communauté et le partenariat externe) constitue également un facteur de réussite tandis que l'étude de (Arevin, Sarma, Asngari, et Mulyono 2014, p.10) montre l'importance des compétences d'entrepreneur de homestay comme la compétence de gestion de réservation, de service de réceptionniste et d'achat de services d'entretien. Enfin, (Kasuma et al. 2016; Pusiran et Xiao 2013) considèrent également la qualité des infrastructures touristiques comme un facteur de réussite du tourisme homestay. Pour (Gabito 2013), les bons niveaux de sécurité et de santé du tourisme dans les destinations sont aussi les facteurs de réussite du tourisme homestay.

Ainsi, la réussite de tourisme homestay peut résulter d'un nombre important de facteurs difficiles à réunir. Ils sont différents d'un pays à l'autre. Ici, nous résumons une liste générale des facteurs de la réussite de tourisme homestay sans que leur ordre n'indique une

quelconque hiérarchie (cf. Tableau 3). Pourtant, il peut avoir d'autres facteurs à explorer pour la réussite de ce type tourisme.

Tableau 3 : Les facteurs de réussite du tourisme homestay

N^0	Facteurs de réussite de tourisme homestay
1	La participation communautaire
2	Le leadership
3	Le rôle des ONGs
4	Le gouvernement
5	Le marketing
6	Les caractéristiques du produit touristique et des services
7	La qualité des infrastructures touristiques
8	La collaboration
9	La capacité de la communauté
10	La compétence d'entrepreneur
11	Les bons niveaux de sécurité et de santé du tourisme dans les destinations

2.1.2.3 Quels effets du tourisme homestay sur le développement humain ?

Le tourisme homestay est devenu un choix évident dans de nombreux pays en développement (Acharya et Halpenny 2017) car il est considéré comme un outil capital pour le développement des zones rurales dans toutes ses dimensions, économique, culturelle, sociale et environnementale (Acharya et Halpenny 2017; Bhan et Singh 2014; Shukor et al. 2014; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Ibrahim et Razzaq 2010).

Selon de nombreuses études, le tourisme homestay est une source de revenu supplémentaire pour les entrepreneurs, leurs familles ainsi que leurs communautés quand elles sont impliquées dans le management du homestay à travers les activités culturelles, la vente des souvenirs et la participation aux forfaits touristiques (Yong et Hassan 2019; Kimaiga et Kihima 2018; Yaru, Liu, et Jing 2018; Acharya et Halpenny 2017; Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; Nugroho et al. 2016; Amir et al. 2015; Chhetri 2015; Guevarra et Rodriguez 2015; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Sita et Nor 2015; Anup et Thapa Parajuli 2014; Abdullah et Said 2014; Ahmad, Jabeen, et Khan 2014; Shukor et al. 2014; Pusiran et Xiao 2013; Yusof et al. 2013; Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013; Acharya et Halpenny 2013; Kwaramba et al. 2012; Leh et Hamzah 2012; Pakshir et Nair 2011; Zamani-Farahani 2011; Ibrahim et Razzaq 2010; Kayat 2010; Suntikul, Bauer, et Song 2009; Moscardo 2009; Mottiar et Laurincikova 2009; Osman et al. 2011; P. A. Lynch 1998; 1994).

Par exemple, en Malaisie, le secteur du tourisme homestay représente actuellement 1% des recettes touristiques du pays (Vietnam News Agency 2015). Cette forme de tourisme apporte également des opportunités d'emplois supplémentaires (Yong et Hassan 2019; Yaru, Liu, et Jing 2018; Kimaiga et Kihima 2018; Acharya et Halpenny 2017; Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; D. W. Knight et Cottrell 2016; Regmi et Walter 2016; Amir et al. 2015; Chhetri 2015; Anup et Thapa Parajuli 2014; Shukor et al. 2014; Bhuiyan,

Siwar, et Ismail 2013; Acharya et Halpenny 2013; Leh et Hamzah 2012; Bhuiyan et al. 2011; Zamani-Farahani 2011; Gu et Wong 2005; P. A. Lynch 2005b; 1999; 1994).

Grâce à cela, le tourisme homestay peut contribuer à la réduction de la pauvreté dans les régions rurales (Acharya et Halpenny 2017; Amir et al. 2015; Acharya et Halpenny 2013; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Kwaramba et al. 2012; Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012; Leh et Hamzah 2012; Bhuiyan et al. 2011; Zamani-Farahani 2011).

Des auteurs pointent le fait que le tourisme homestay peut aussi constituer un moyen de préservation et de mise en valeur culturelle (Kimaiga et Kihima 2018; Yaru, Liu, et Jing 2018; Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; Amir et al. 2015; Agyeiwaah et al. 2014; Shukor et al. 2014; Agyeiwaah 2013; Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013; Pusiran et Xiao 2013; Yusof et al. 2013; Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012; Bhuiyan et al. 2011; Pakshir et Nair 2011; Ibrahim et Razzaq 2010; Suntikul, Bauer, et Song 2009; Y. Wang 2007) à travers la présentation de spectacles traditionnels, de démonstrations de jeux traditionnels et de festivals ainsi qu'à travers l'interaction personnelle entre les membres de la famille d'accueil et les touristes (Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; Pusiran et Xiao 2013; Ibrahim et Razzaq 2010).

En outre, certains observent que le tourisme homestay renforce les relations sociales via la participation à des activités quotidiennes, aux échanges avec les membres des familles, avec la communauté locale (Kimaiga et Kihima 2018; Yaru, Liu, et Jing 2018; Tavakoli, Mura, et Rajaratnam 2017; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Ranasinghe 2015; Sita et Nor 2015; Acharya et Halpenny 2013; Agyeiwaah 2013; Agyeiwaah et al. 2014; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Zamani-Farahani 2011; Kayat 2010; Ibrahim et Razzaq 2010; Suntikul, Bauer, et Song 2009; Hall 2009; Tao et Wall 2009; Di Domenico et Lynch 2007; Gu et Wong 2006; P. A. Lynch 2005b; Richardson 2003a; P. A. Lynch 2000; P. Lynch et MacWhannell 2000; P. A. Lynch 1999; 1998).

Ainsi, (Kayat 2010) déclare qu'une forte cohésion sociale existe dans la communauté lors des activités au sein des homestays mais aussi entre les hôtes, les familles et les communautés avec les touristes dans les pays du monde. Il affirme que cette relation sociale peut se poursuivre pendant des années à travers des lettres, des conservations téléphoniques, et des courriels (Kayat 2010, p.157). Le tourisme homestay harmoniserait les relations sociales selon (Yusof et al. 2013) pour lesquels cette forme de tourisme contribue à la réduction des disparités économiques entre urbains et ruraux.

Et (Gu et Wong 2005, p.7) mettent en avant différents arguments montrant l'intérêt du homestay par rapport aux hôtels : les premiers peuvent fournir des emplois aux villageois, améliorer la qualité de vie et renforcer l'équité sociale alors que les seconds vont plutôt embaucher des étrangers. Selon (Parveen 2016, p.168), l'étude menée sur la durabilité d'un homestay au Népal (Dallagaon homestay) par la Nepal Rastra Bank (Chhetri 2015) montrerait une contribution au développement d'une meilleure cohésion sociale en améliorant la coopération mutuelle et en réduisant les conflits entre les villageois. Le homestay pourrait

même accroître le sentiment de démocratie parmi les habitants du village en leur permettant de participer à différents comités liés au tourisme homestay. Cette étude montre que pour ce homestay, il y aurait une réduction des querelles familiales mais aussi un accroissement du sentiment esthétique des locaux.

Le tourisme homestay peut également soutenir les femmes, grâce aux emplois ainsi qu'aux revenus venant de leur participation dans les activités du homestay, en leur offrant un sentiment d'autonomisation psychologique qui peut stimuler l'estime de soi, l'indépendance économique, sociale , politique et en leur permettant d'élargir leur horizon et de devenir des membres actifs de leur communauté (Parveen 2016; Ranasinghe 2015; Acharya et Halpenny 2013; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Kwaramba et al. 2012; Osman et al. 2011; Razzaq et al. 2011; Osman et al. 2010; Mottiar et Laurincikova 2009; Osman et al. 2009; Baker 2008).

Le homestay peut aussi jouer un rôle potentiel dans l'éducation (Hughes et al. 2017; Shiri 2015; S. M. Knight et Schmidt-Rinehart 2002). L'étude de (Shiri 2015, p.22) montre que le homestay a été une expérience positive qui a permis des occasions riches et fréquentes d'apprendre et de pratiquer principalement le dialecte local, de mieux comprendre l'utilisation de la langue diglossique et de socialiser les langues dans la société tunisienne, qui ont toutes été facilitées par la possibilité d'exercer des activités quotidiennes; d'engager des discussions plus abstraites; et d'assister et de participer aux tâches familiales, aux routines quotidiennes, aux loisirs, aux fonctions sociales et aux traditions. Pour (Hughes et al. 2017), qui évoquent le cas de plates-formes de formation décentralisées destinées aux étudiants en médecine et en sciences de la santé, le homestay offre une expérience unique qui peut enrichir l'éducation des participants.

Pour certains auteurs, le tourisme homestay ne se limite pas à contribuer au développement des générations actuelles mais participe aussi au développement des générations futures (Ranasinghe 2015; Bhan et Singh 2014; Anup et Thapa Parajuli 2014; Zamani-Farahani 2011; Tao et Wall 2009). (Ranasinghe 2015; Anup et Thapa Parajuli 2014) affirment que le tourisme homestay ne fait pas qu'aider les générations actuelles à gagner plus de revenu mais permet aussi à leurs enfants à accéder à un niveau supérieur de l'éducation dans les grandes villes ou à l'étranger.

Selon (Bhan et Singh 2014, p.2), la croissance du tourisme incite les gens à poursuivre des études supérieures et à obtenir de nouveaux emplois, ce qui augmente également le taux d'alphabétisation. Il offre aux nouvelles générations la possibilité de redéfinir et de récupérer leur identité culturelle et éthique. Pour (Zamani-Farahani 2011), le tourisme homestay aide les jeunes membres de la communauté à mieux connaître leur culture locale, à se connaître, à développer une compréhension plus large, à développer une amitié et à apprendre ou à améliorer leurs compétences linguistiques. Pour (Tao et Wall 2009, p.96), le développement du tourisme homestay permet de constituer un capital physique et économique qui peut être transmis à la génération suivante pour leur offrir une possibilité de choisir leur moyen de subsistance et de gagner de l'argent.

Le tourisme homestay contribue à l'amélioration de qualité de vie des habitants des destinations par la création d'emplois, l'apport de revenus (Yong et Hassan 2019; Acharya et Halpenny 2017; Nugroho et al. 2016; Sita et Nor 2015; Anup et Thapa Parajuli 2014; Amin et al. 2013; Pusiran et Xiao 2013; Yusof et al. 2013; 2012; Bhuiyan et al. 2011; Pakshir et Nair 2011; Zamani-Farahani 2011; Gu et Wong 2006; 2005). Selon (Amin et al. 2013, P.39), la croissance du tourisme homestay représente d'énormes opportunités pour le développement humain à travers un impact positif sur le développement socio-économique rural, le développement du capital social, ainsi que l'amélioration de la qualité de vie des participants au programme de homestay.

Du côté de l'environnement, plusieurs études au Bangladesh, en Chine, en Inde, en Indonésie, en Malaisie, au Népal, et en Thaïlande considèrent que le tourisme homestay peut contribuer positivement à la protection de l'environnement de différentes manières (Kimaiga et Kihima 2018; Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016; Nugroho et al. 2016; Parveen 2016; Regmi et Walter 2016; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Sarkar et Sinha 2015; Anup et Thapa Parajuli 2014; Yassin 2015; Shukor et al. 2014; Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013; Acharya et Halpenny 2013; Yusof et al. 2013; A. Anand, Chandan, et Singh 2012; Bhuiyan et al. 2011; Osman et al. 2011; Ibrahim et Razzaq 2010; Gu et Wong 2005). Selon (Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013, p.47-48), le tourisme homestay pollue moins l'eau que les grands hôtels et produit moins de déchets. Il aide à réduire la consommation d'eau et d'énergie.

Pour (Nugroho et al. 2016, p.16), le tourisme homestay vise à apporter de l'aide en terme de technologie du biogaz pour réduire la consommation de bois de feu. (Anand, Chandan, et Singh 2012), racontent que dans l'Himalaya indien, les entrepreneurs de homestays ont développé des sources d'énergie renouvelable, des systèmes de gestion de la consommation et des déchets et mis en place des restrictions à la mobilité touristique pour préserver les écosystèmes fragiles et la biodiversité.

Pour (Anup et Thapa Parajuli 2014, p.1061), la génération de revenus du tourisme aide également les entrepreneurs à améliorer leurs activités dans le secteur de l'écotourisme, car ils investissent de l'argent pour améliorer l'environnement propre, vert et clair. (Sarkar et Sinha 2015) des emplois et des revenus aux habitants, le tourisme homestay limite l'incitation à couper des arbres pour vendre du bois. D'après (Osman et al. 2011, p.13), le homestay contribue à la croissance et à la durabilité du secteur de l'écotourisme. Selon (Bhuiyan et al. 2011, p.545), en étant situés près des sites d'écotourisme, le homestay peut aider les touristes à être plus proches de la nature.

Enfin, certains auteurs signalent que le tourisme homestay enrichit l'image et le paysage de la destination auprès des étrangers (Sita et Nor 2015; Shukor et al. 2014; Acharya et Halpenny 2013; Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012; Pakshir et Nair 2011; Kayat 2010; Sebastian et Rajagopalan 2009; Baker 2008). A titre d'exemple, le tourisme homestay peut célébrer l'éloignement du pays et son désert, le traditionalisme et le mysticisme, selon (Acharya et Halpenny 2013, p.14).

A la lecture de tous ces bénéfices, on pourrait croire que le homestay est une solution miracle pour toute destination rurale. Comme certains des effets évoqués dans la revue de littérature effectuée ne reposent pas sur un travail de terrain et ne sont que supposés par les auteurs même s'ils les présentent parfois comme effectifs, nous avons voulu dresser un bilan des effets positifs observés à partir d'études de terrain. En Annexe 1, un tableau récapitule l'ensemble des papiers utilisés ici et distingue ceux qui reposent sur une étude de terrain des autres, en signalant le projet concerné quand c'est le cas. Le tableau ci-dessous a été réalisé en relevant la fréquence pour chaque type d'effets relevés dans ces papiers par leurs auteurs lors d'études de terrain.

Il montre que plus de types d'effets économiques (10 types) et de types d'effets sociaux (11) que de types d'effets culturels (4) ou environnementaux (2) ont été relevés dans les études de terrain. Si l'on regarde la fréquence par type d'effet, on constate aussi que ce sont les effets économiques qui sont les plus cités (97 – 9 par type d'effet) devant les effets sociaux (53 – 5 par type d'effet), les effets culturels (16 – 4 par type d'effet) et les effets environnementaux (10 – 5 par type d'effet). Ce qui montre bien la prédominance des effets économiques comme effets positifs dans les études de terrains consacrées au homestay.

Tableau 4 : Les effets positifs du tourisme homestay sur le développement humain

Economique	Vietnam	Autre que Vietnam	Ensemble
Génération du revenu	9	26	35
Effet sur l'emploi	8	16	24
Réduction de la pauvreté	2	11	13
Diversification des moyens de subsistance	1	6	7
Entraînement d'autres secteurs économiques	2	4	6
Amélioration des infrastructures publiques	2	2	4
Augmentation de l'offre locale	0	2	2
Amélioration du cadre de vie	1	0	1
Attirer des investissements pour le développement local	1	0	1
Amélioration des connaissances grâce aux formations touristiques	4	0	4
	30	67	97
Social	**Vietnam**	**Autre que Vietnam**	**Ensemble**
Renforcement des relations sociales	5	21	26
Renforcement du rôle des femmes	2	8	10
Opportunités dans l'éducation	1	5	6
Promotion de l'égalité des sexes	2	0	2
Encouragement des jeunes des rester à la ruralité	0	2	2
Réduction des comportements de caste	0	2	2
Renforcement du bien-être	0	1	1
Amélioration de la santé des enfants	1	0	1
Réduction de l'alcoolisme	0	1	1
Réduction des conflits	0	1	1
Partage et diffusion des idées	0	1	1
	11	42	53

Culturel	Vietnam	Autre que Vietnam	Ensemble
Préservation de la culture locale	3	3	6
Accroissement de la fierté culturelle	4	2	6
Préservation du patrimoine culturel	1	2	3
Diversification des activités culturelles	1	0	1
	9	7	16
Environnemental	Vietnam	Autre que Vietnam	Ensemble
Protection de l'environnement	3	6	9
Réduction de la tension pour la ressource naturelle	1	0	1
	4	6	10
Nombre de papiers	10	43	53

Auteur, 2019

On peut se demander si la prédominance des effets économiques du tableau s'explique par le fait qu'il y aurait plus d'effets positifs économiques ? Si c'est parce que ceux-ci sont plus facilement visibles au cours du processus de recherche ? Ou encore si c'est parce que les auteurs et/ou les personnes interrogées seraient naturellement plus focalisés sur la dimension économique. Ils peuvent aussi avoir été influencés par le modèle idéal du homestay car les effets les plus cités correspondent étonnamment aux objectifs recherchés par les promoteurs du homestay, à avoir, la création d'emplois, des revenus supplémentaires et un renforcement des relations sociales comme nous l'avons vu plus haut (cf. 2.1.2.1).

Ces préoccupations des promoteurs sont similaires pour le Vietnam et pour d'autres pays. Au Vietnam, par exemple, le développement de homestays a pour objectifs prioritaires la création d'emplois, l'augmentation des revenus afin de réduire la pauvreté dans les politiques de développement socio-économique du pays (Comité populaire de la province de Vinh Long 2016; Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015; Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2015).

A côté des impacts positifs, le tourisme homestay représente aussi des impacts négatifs sur les individus, la communauté de la destination. Selon (Amir et al. 2015), les communautés de tourisme rural sont les plus vulnérables aux chocs économiques et aux risques environnementaux qui pourraient perturber les moyens de subsistance et le bien-être de la communauté (Amir et al. 2015, p.117).

Les impacts négatifs suivants ont été relevés : l'augmentation de la criminalité, l'augmentation de la prostitution, l'augmentation de la consommation d'alcool, des pertes dans les modes locaux de vie, l'exploitation des ressources locales (Bhan et Singh 2014, p.2). Pour ce qui est du homestay, la plupart des études se concentrent sur les impacts positifs car comparativement, peu d'études évoquent des impacts négatifs (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017; Tavakoli, Mura, et Rajaratnam 2017; Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Sita et Nor 2015; Shukor et al. 2014; Acharya et Halpenny 2013; Pusiran et Xiao 2013; Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012; Beliveau et al. 2012; Pakshir et Nair 2011; Sebastian et Rajagopalan 2009).

Selon (Tavakoli, Mura, et Rajaratnam 2017), en Malaisie, à Mukin Teja ont été observés des conflits entre ceux qui se considèrent comme de « vrais » entrepreneurs de homestay parce qu'ils respectent le cadre légal et les autres entrepreneurs de homestay qu'ils qualifient de « faux ». Y ont aussi été observés des conflits entre les entrepreneurs de homestay et le chef de la communauté à propos de l'utilisation du fonds commun.

Des conflits existent également à Sarawak (Malaisie) entre les épiciers locaux et les entrepreneurs de homestay : les premiers accusent les seconds d'avoir vandalisé une ancienne maison traditionnelle et un mini musée (Sita et Nor 2015).

L'étude menée à Kerala en Inde montre que le tourisme homestay est la cause de l'inflation des prix des produits de base. En outre, il pourrait provoquer une dépendance au tourisme du fait de l'abandon des activités traditionnelles agricoles (Sebastian et Rajagopalan 2009).

L'étude de (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015) en Thaïlande met en évidence que le tourisme homestay a représenté de multiples défis et menaces perçus par les entrepreneurs de homestays tels que la peur de perdre : l'authenticité rurale, l'harmonie sociale, l'équité, l'indépendance économique du fait d'une plus grande dépendance au tourisme.

Et (Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012) ont montré que les cultures malsaines pourraient être introduites dans les communautés rurales, ce qui pourraient entraîner une perte d'identité pour les populations locales et une dégradation culturelle. Il est souvent difficile, voire impossible, pour les communautés villageoises locales de répondre aux hautes attentes touristiques de qualité de service telles que des logements propres et confortables, des guides parlant des langues étrangères, des aliments plus savoureux pour les occidentaux et un environnement sans pollution.

Enfin, les jeunes ruraux pourraient être amenés à migrer vers les zones urbaines à la recherche de meilleures opportunités d'emploi, peu intéressés par les emplois centrés sur l'agrotourisme de leur village (Malaisie). Selon l'étude faite par (Beliveau et al. 2012) en Namibie, les hôtes veulent que les visiteurs soient conscients des conflits culturels, qu'ils respectent les règles de la famille (sur des sujets comme le tabagisme, la consommation d'alcool et le temps du couvre-feu) et qu'ils respectent les consignes de santé et de sécurité.

Dans le même temps, en termes d'aspect négatif, l'environnement connaît une congestion du trafic due à l'augmentation des arrivées de touristes. L'augmentation du tourisme entraîne également une pollution de l'air par l'augmentation des véhicules (Shukor et al. 2014).

D'après l'étude de (Acharya et Halpenny 2013, p.13), un interviewé a pointé le fait que le tourisme pouvait détruire leur identité originale. Il a relevé que les jeunes copiaient la mode étrangère au nom de la modernité. Selon l'observation de ces auteurs, deux homestays populaires à Sirubari et à Ghalegoan (Barpak, Népal) ont constaté une détérioration de l'authenticité. Sirubari était fortement dépendant des produits alimentaires fournis par les marchés de la ville, plutôt que des produits cultivés localement.

Les tenues des troupes culturelles des deux destinations étaient moins « traditionnelles » ; le bhangro indigène des Gurungs (vêtements traditionnels) était associé à des vêtements modernes. Certains lieux sont confrontés à des changements graduels dans les traditions, coutumes, fêtes, valeurs, langues et structures familiales dues aux activités touristiques. Quelques-uns de ces changements ont été remarqués chez les jeunes. Les adolescents et les jeunes de Barpak étaient enthousiastes à l'idée de se mêler à des étrangers, ce qui pourrait constituer une menace pour les efforts visant à préserver l'identité culturelle et l'authenticité du lieu. Un problème similaire a été constaté par (Pakshir et Nair 2011) : ils considèrent que l'attrait exercé sur les jeunes par un mode de vie différent est une menace pour les traditions et la population locales à Bavanat, Iran. L'étude de (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017) démontre que certains hommes à Kullu, Himachal Pradesh (Inde) étaient inquiets, en particulier pour les femmes et les enfants, après avoir vu des touristes rester des mois dans les homestays, tout en ayant une consommation excessive d'alcool et de drogue. Ce qui renforce l'inquiétude des hommes, c'est qu'ils laissent parfois des femmes et des filles à la maison quand ils partent au travail.

La conséquente revue de littérature développée plus haut, montre que le tourisme homestay peut générer divers impacts positifs, notamment en termes d'économie. Le tourisme homestay peut même potentiellement avoir des effets positifs plus profonds touchant des dimensions propres au développement humain, tant pour l'entrepreneur de homestay que pour sa communauté. Toutefois, quelques auteurs montrent qu'il peut provoquer aussi des impacts négatifs pour l'entrepreneur comme pour sa communauté, surtout en termes socio-culturels, sans qu'il soit possible de savoir si c'est le tourisme seul qui génère ces effets négatifs socioculturels ou s'ils sont aussi en partie la conséquence du développement humain recherché.

2.1.3 L'approche par les capabilités

L'approche par les capabilités est un cadre normatif général concernant l'évaluation du bien-être individuel et des arrangements sociaux, la conception de politiques et les propositions sur le changement social dans la société. Elle est appliquée dans différents domaines, mais plus particulièrement dans les études sur le développement, l'économie de la richesse, la politique sociale et la philosophie politique. Elle peut être utilisée pour évaluer plusieurs aspects du bien-être des personnes tels que les inégalités, la pauvreté, le bien-être d'un individu ou le bien-être moyen des individus d'un groupe. Elle peut aussi être utilisée comme un outil alternatif d'évaluation de l'analyse du gain du coût social, ou comme un cadre pour définir et évaluer des politiques. Cependant, cette approche par les capabilités n'est pas une théorie qui peut expliquer la pauvreté, l'inégalité ou le bien-être ; au lieu de cela, elle fournit plutôt un outil et un cadre pour conceptualiser et évaluer ces phénomènes (Robeyns 2005, p.94).

L'approche par les capabilités dans sa forme actuelle a été explorée par l'économiste et philosophe Amartya Sen (Sen 2001; 2000; 1999; 1992; 1979) et plus récemment elle a été

développée de façon significative par la philosophe Martha Nussbaum (Nussbaum 2003; 2000a; 2000b; 1988) ainsi que par un nombre croissant d'autres intellectuels (Alexander 2008; Crocker 2008; Wolff et De-Shalit 2007; Alkire 2002; Anderson 1999). Cette approche se focalise sur ce que les gens sont capables de faire et d'être, c'est-à-dire sur leurs capabilités. Cette approche se distingue d'autres approches qui mettent l'accent sur le bonheur des gens, la satisfaction de leurs désirs ou sur le revenu, les dépenses ou la consommation (Robeyns 2005, p.94). Par exemple, dans « Equality of What ? », Sen critique le concept de biens primaires de la théorie de la justice de Rawls (Rawls 1999) parce qu'il ne prend que très peu en compte la diversité des êtres humains (Sen 1979, p.215).

On retrouve des aspects de l'approche sur les capabilités chez Aristote, Adam Smith et Karl Marx. Aristote a mis l'accent sur l'épanouissement (Aristote 1893) et la capabilité se rapporte clairement à la qualité de la vie et aux libertés fondamentales, comme l'établi Martha Nussbaum dans « Nature, Function and Capability : Aristotle on Political Distribution » (Nussbaum 1988). Il existe également des liens étroits avec l'analyse d'Adam Smith sur les nécessités et les conditions de vie (A. Smith 1976b). Marx a discuté de l'importance des fonctionnements et des capabilités pour le bien-être humain. Sen a également cité la préoccupation fondamentale de Marx : *« remplacer la domination des circonstances et du hasard sur les individus par la domination des individus sur le hasard et les circonstances »*[4].

Le 22 mai 1979, Amartya Sen donne une conférence Tanner à l'université de Stanford aux États-Unis, qui fera date dans l'histoire de l'analyse économique. Cette conférence, intitulée « Equality of What ? », constitue en effet le premier texte dans lequel apparaît le désormais fameux concept de « capabilité » (Sen 1979). Dans son sens le plus élémentaire, la capabilité d'une personne à concrétiser un but représente l'opportunité qu'elle a de poursuivre ses objectifs (Sen 1992, p.7) c'est-à-dire de réaliser des fonctionnements auxquels elle attache de la valeur. Les capabilités constituent une approche générale de l'évaluation des arrangements sociaux, ce qui donne une manière particulière de considérer l'évaluation de l'égalité et des inégalités (Sen 1992, p.4-5). La capabilité peut alors être définie comme un ensemble de vecteurs de fonctionnements reflétant la liberté dont dispose la personne de mener un type d'existence plutôt qu'un autre (Sen 1992, p.39-40).

L'idée clé de l'approche par les capabilités est que l'organisation sociale devrait viser à étendre les capabilités des gens – la liberté de promouvoir ou réaliser ce qu'ils veulent faire ou être (Alkire et Deneulin 2009, p.31). Une version plus large de l'approche de capabilité conceptualise la richesse en tant que liberté de bien-être et l'évalue comme une « capabilité » individuelle, définie comme l'ensemble des fonctionnements potentiellement réalisables d'un individu (Kuklys 2005, p.5-6). L'approche de capabilité comporte 3 concepts centraux : fonctionnement, capabilité et agencéité (Alkire et Deneulin 2009, p.24).

[4] « replacing the domination of circumstances and chance over individuals by the domination of individuals over chance and circumstances » (Marx 1998, p.464).

2.1.3.1 Les concepts clés

2.1.3.1.1 Le concept de fonctionnement

Le concept de « fonctionnements » qui présente définitivement des racines aristotéliciennes, reflète les diverses choses qu'une personne considère comme de valeur en tant que faire et être (Sen 2000, p.75). Ces êtres et faires que Sen appelle fonctionnements forment ensemble ce qui donne de la valeur à la vie. Les fonctionnements comprennent le fait de travailler, de se reposer, d'être éduqué, d'être en bonne santé, de faire partie d'une communauté, d'être respecté etc. (Robeyns 2005, p.95). Les fonctionnements peuvent aussi bien comprendre le jeu d'un solo de batterie virtuose ou avoir une bonne réputation et un cercle chaleureux d'amis (Alkire et Deneulin 2009, p.32). La mesure dans laquelle une personne peut transformer une ressource en un fonctionnement est influencée par des facteurs de conversion qui appartiennent à trois catégories : les facteurs personnels (métabolisme, condition physique, sexe, compétence en lecture, intelligence), sociaux (politiques publics, normes sociales, pratiques discriminatoires, rôles de genre, hiérarchies sociétales, relations de pouvoir) et environnementaux (climat, localisation géographique) (Robeyns 2005, p.99).

2.1.3.1.2 Le concept de capabilité

Comme nous venons de le voir ci-dessus, la capabilité est une sorte de liberté (Sen 2000, p.75). La liberté est au centre de la construction théorique de l'approche par les capabilités (Dissart 2012, p.3). L'approche par les capabilités envisage de nombreux degrés de liberté (Alkire 2005, p.128).

En fait, (Sen 2000) propose cinq types de libertés instrumentales : (1) les libertés politiques (c'est-à-dire l'ensemble des libertés offertes aux individus de s'exprimer, de voter, de s'opposer ou de s'organiser en association) ; (2) les facilités économiques (soit « l'ensemble des opportunités offertes aux individus d'utiliser les ressources économiques à des fins de consommation, de production et d'échange ») ; (3) les opportunités sociales (c'est-à-dire l'ensemble des services publics) ; (4) les garanties de transparence (représentant la liberté de traiter dans les relations sociales de façon claire et licite), et (5) la sécurité protectrice (à savoir l'ensemble des libertés sociales accordées aux plus vulnérables afin de leur éviter la mort) (Sen 2000, p.38-40).

C'est tout d'abord une réflexion sur la liberté de réaliser des fonctionnements qui ont une valeur. La capabilité se concentre directement sur la notion de liberté plutôt que sur les moyens de réaliser cette liberté, et identifie les réelles alternatives qui s'offrent à nous. Alors que les fonctionnements constituent le bien-être, la capabilité représente la liberté que possède une personne pour atteindre ce bien-être (Sen 1992, p.49).

Le bien-être d'une personne peut être vu en termes de de qualité de l'être de la personne. Vivre peut être vu comme un ensemble de fonctionnements faits d'être et de faires reliés entre eux. Dans ce contexte, la réalisation d'une personne peut être vue comme le vecteur de

ses fonctionnements, lesquels sont très variables et aller de choses élémentaires comme « être bien nourri », « être en bonne santé », « échapper à la mort et à une mort prématurée » etc. à des réalisations plus complexes comme « être heureux », « le respect-de soi-même », « prendre part à la vie de la communauté », etc. (Sen 1992, p.39).

2.1.3.1.3 Le concept d'agencéité

L'agencéité est l'habilité de chacun de poursuivre des objectifs auxquels il attache de l'importance (trouver des fonds pour une nouvelle école, promouvoir la protection des oiseaux rares) (Alkire 2005, p.122). Le rôle de l'agencéité est lié tant à la reconnaissance qu'à la responsabilité des personnes : non seulement nous sommes bien ou malades, mais aussi nous agissons ou refusons d'agir, et nous pouvons choisir d'agir de telle ou telle manière (Sen 2000, p.190). Le terme « agent » fait référence à la personne qui agit et apporte du changement (Sen 2000, p.19). C'est quelqu'un d'autonome, capable de définir ses propres choix et de les réaliser de manière rationnelle en leur affectant efficacement des moyens pour une finalité donnée (Colin 2009, p.373). C'est le contraire d'une personne qui est forcée, opprimée ou passive. L'agencéité est liée à d'autres approches qui mettent l'accent sur l'autodétermination, la confiance en soi, « l'empowerment », la voix, etc. Le fort désir collectif pour l'agencéité suggère que les processus de développement devraient favoriser la participation, le débat public et la pratique démocratique (Alkire et Deneulin 2009, p.37).

2.1.3.2 Les applications de l'approche par les capabilités

On peut dire que le plus grand impact de l'approche par les capabilités a été le développement de l'indice de développement humain des Nations Unies dès la première édition du Rapport sur le Développement Humain en 1990 (Bénicourt 2006, p.439).

Ces dernières années, les applications de l'approche par les capabilités se sont multipliées. De nombreuses études ont appliqué cette approche à la mesure de la pauvreté et du bien-être : (Schischka, Dalziel, et Saunders 2008; Clark 2005; Qizilbash 2005; Jasek-Rysdahl 2001; Majumdar et Subramanian 2001; Chiappero Martinetti 2000; Klasen 2000; Sen 2000; Klasen 1997; Chiappero Martinetti 1994; Sen 1992).

Certaines études ont étudié les liens entre le revenu et diverses capabilités (Klasen 2000; Sen 2000; Laderchi 1997).

En plus, l'approche par les capabilités a également été appliquée à l'éducation (Hart 2012; Germain et Olympio 2012; Verhoeven, Orianne, et Dupriez 2007; Walker 2005), l'analyse de la sécurité alimentaire (Burchi et De Muro 2016), l'énergie (Day, Walker, et Simcock 2016), l'analyse des répercussions des risques (Gardoni et Murphy 2009), la santé (P. Anand 2005), le soutien aux personnes handicapées (Burchardt 2004), l'inégalité de genre (Robeyns 2003a; Nussbaum 2003; 2000a; 2000b) et l'analyse des enjeux du développement pour les enfants (Di Tommaso 2007; Biggeri et al. 2006) etc.

L’application de la théorie des capabilités au tourisme arrive plus tard bien qu’elle soit de plus en plus fréquente (D. W. Knight 2017; Kubickova, Croes, et Rivera 2017; Biagi, Ladu, et Royuela 2016; M. A. Rivera 2016; Croes et Rivera 2016; D. W. Knight et Cottrell 2016; Biagi et al. 2015; T. H. M. Dao 2015; Hashimoto 2015; M. Rivera, Croes, et Lee 2015; Ridderstaat, Croes, et Nijkamp 2014; 2013; Holden 2013; Croes 2012a; 2012b; Dissart 2012; Dissart et Marcouiller 2012; Loubet et Bensahel-Perrin 2010; Cracolici et Nijkamp 2009; Fayissa, Nsiah, et Tadasse 2008; Telfer et Sharpley 2008; Briedenhann et Wickens 2004). Parmi toutes ces publications, beaucoup ne font que se référer superficiellement aux fondements théoriques de Sen (T. H. M. Dao 2015; Hashimoto 2015; M. Rivera, Croes, et Lee 2015; Holden 2013; Dissart 2012; Cracolici et Nijkamp 2009; Fayissa, Nsiah, et Tadasse 2008; Telfer et Sharpley 2008; Briedenhann et Wickens 2004).

Les autres utilisent l’approche par les capabilités afin d’examiner la relation entre le tourisme, la croissance économique et le développement humain (Kubickova, Croes, et Rivera 2017; Biagi, Ladu, et Royuela 2016; M. A. Rivera 2016; M. Rivera, Croes, et Lee 2015; Ridderstaat, Croes, et Nijkamp 2014; 2013; Croes 2012a; Fayissa, Nsiah, et Tadasse 2008).

Quelques publications s’intéressent à la relation entre le tourisme, la réduction de la pauvreté et le développement humain (D. W. Knight 2017; Croes et Rivera 2016) quand d’autres analysent à l’aide de cette approche le lien entre tourisme et développement des territoires (Dissart 2012; Dissart et Marcouiller 2012; Loubet et Bensahel-Perrin 2010).

L'application de l'approche par les capabilités par (Cracolici et Nijkamp 2009) reflète une mentalité du tourisme qui indique avant tout que le soutien au tourisme est axé sur l'efficacité des marchés pour maximiser l'utilité des touristes au lieu du bien-être des résidents locaux. (Hashimoto 2015) est pour sa part, peut-être, l'un des rares chercheurs à explorer et à discuter du tourisme et des enjeux socioculturels du développement.

Cependant, il n'a fourni qu'une description sommaire de l'indice de développement humain (IDH) en tant qu'indice de la qualité de vie, sans référence au fondement théorique de l'approche fondée sur les capabilités qui constitue l'IDH. Enfin, (D. W. Knight et Cottrell 2016) a appliqué l’approche par les capabilités afin d’évaluer l’autonomisation liée au tourisme.

Dans le secteur du tourisme homestay, cette approche est quasiment inexistante. Nous avons identifié deux publications : l’une se réfère superficiellement aux fondements théoriques des capabilités (Acharya et Halpenny 2013), affirmant que le tourisme homestay constitue une opportunité favorable pour les femmes et favorise l’égalité entre les sexes et ainsi promeut le développement de communauté durable et la seconde a appliqué l’approche par les capabilités afin d’analyser la relation entre homestay et réduction de la pauvreté, plus spécifiquement, en traitant du renforcement de la confiance et de l’autonomisation des femmes (Kwaramba et al. 2012).

2.2 Appliquer la relation capabilités et développement humain au cas du homestay ?

Cette section a pour but d'examiner la pertinence d'une application à l'entrepreneuriat homestay de l'approche par les capabilités. Notre objectif dans cette thèse est d'examiner les relations entre l'approche par les capabilités et l'entrepreneur de homestay et le développement humain dans le contexte rural du Vietnam. D'après la littérature économique, l'entrepreneuriat peut être défini comme la ressource, le processus et l'état d'avancement dans lesquels les individus utilisent les opportunités positives du marché en créant et en développant de nouvelles entreprises (Gries et Naudé 2011, p.217). Ce domaine s'est concentré sur la personne de l'entrepreneur avec les questions suivantes : pourquoi certaines personnes créent-elles des entreprises alors que d'autres, dans des conditions similaires, ne le font pas ? Reprendre cette question à notre compte nous a amené à nous demander qui : pourquoi X a-t-il lancé une entreprise ? Est-ce parce que X a une certaine qualité intérieure comme l'affirme (Gartner 1989, p.47).

Schumpeter a donné une définition classique que l'entrepreneur comme étant le coordinateur de la production et l'agent de changement (Schumpeter 1983). Il est perçu comme une personne qui crée de nouvelles combinaisons de production ou une personne qui est prêt à prendre des risques, à organiser et à réorganiser des mécanismes sociaux et économiques ou encore une personne qui exploite les opportunités du marché en éliminant le déséquilibre entre la fourniture et la demande, ou en tant que propriétaire et exploitant d'une entreprise (Mohamad et al. 2013a, p.16).

Certains voient un homestay comme une forme d'entrepreneuriat social développée en zone rurale allant dans le sens d'un développement durable réduisant la pauvreté et enrichissant l'image de la destination (Acharya et Halpenny 2013, p.372). L'entrepreneur de homestay est alors le coordonnateur qui gère le homestay pour produire des revenus (Yassin 2015, p.2) avec cependant un rôle bien plus large qui peut être vital pour le développement des zones rurales (Lordkipanidze, Brezet, et Backman 2005, p.791). Mais considérons maintenant les relations entre l'entrepreneur de homestay et la théorie des capabilités de Sen.

2.2.1 Entrepreneur et capabilités

Rappelons que l'approche par les capabilités met l'accent sur la liberté d'arriver pour une personne, à mener le genre de vie souhaitée, de faire ce qu'elle aimerait faire et d'être la personne qu'elle souhaiterait être. Une fois qu'elle a effectivement ces libertés, elle peut choisir d'agir sur ces libertés conformément à ses propres idées sur le genre de vie qu'elle veut vivre (Robeyns 2003b, p.7).

L'entrepreneuriat se concentre aussi sur la liberté de l'entrepreneur. Low et MacMillan ont déclaré que l'entrepreneuriat met l'accent sur la liberté des individus de prendre des décisions impliquant l'identification des opportunités, l'assemblage des ressources pour exploiter ces opportunités et les stratégies inhérentes à la poursuite de ces opportunités à travers les entreprises (Low et MacMillan 1988, p.142).

Certains auteurs observent que les entrepreneurs ont tendance à être motivés pour la création de nouvelles entreprises par des aspects internes tels que le désir d'indépendance (Ahmad, Jabeen, et Khan 2014, p.33 ; Gatewood, Shaver, et Gartner 1995, p.384). L'entrepreneur peut être étudié au niveau individuel et/ou de groupe - en analysant les aspects psychologiques et les variables sociales de l'éducation, du contexte ou de la famille, soit au niveau environnemental en se concentrant sur les facteurs qui activent le développement des entreprises, soit en analysant certains aspects des environnements économique, social et culturel (Cuervo, Ribeiro, et Roig 2007, p.3).

Nous avons vu plus haut que les capabilités font référence à l'aptitude d'une personne à atteindre un fonctionnement donné. Les fonctionnements sont des activités et des états de valeur de toute sorte qui constituent le bien-être des gens. Ils peuvent être liés aux biens et aux revenus mais décrivent surtout ce qu'une personne est capable de faire ou d'être avec eux (Alkire et Deneulin 2009, p.31).

L'accomplissement des fonctionnements dépend des opportunités économiques, des libertés politiques, des pouvoirs sociaux et des conditions habilitantes : une bonne santé, l'éducation de base, ainsi que des encouragements et de la culture d'initiatives (Sen 2000, p.5). L'entrepreneuriat peut être considéré comme un fonctionnement car il se rapporte à la façon dont les gens travaillent. Et cela peut être valorisé. Les gens peuvent valoriser l'entrepreneuriat pour diverses raisons, hormis le fait que c'est un vecteur de gain matériel (Gries et Naudé 2011, p.218). (Gee, Makens, et Choy 1997) affirment que le homestay encourage les femmes à réussir en tant qu'entrepreneurs et leur apporte plus de liberté, plus d'opportunités de travailler, plus de travail indépendant et de respect (cité chez Zamani-Farahani 2011, p.530).

En outre, il apporte également des gains économiques, l'indépendance et une plus grande autonomie pour les femmes (Osman et al. 2010, p.6-7). D'autres études démontrent également que l'entrepreneuriat homestay permet aux femmes entrepreneurs de développer des opportunités favorisant l'égalité des sexes. Elles exercent un pouvoir de jugement et de prise de décision. Cela renforce leur autonomie (Osman et Bakar 2014) grâce à un accroissement de l'aptitude des gens à faire des choix de vie stratégiques dans un contexte où cette aptitude leur manquait (Kabeer 1999, p.437).

L'agencéité est le troisième concept central de l'approche par les capabilités. Nous avons vu plus haut qu'il fait référence à la capabilité d'une personne à poursuivre et à réaliser des objectifs qu'elle apprécie et qu'elle a des raisons de valoriser (Alkire et Deneulin 2009, p.37). L'agencéité est donc la qualité d'une personne qui agit et apporte du changement (Sen 2000, p.19). Les gens ne sont pas des bénéficiaires passifs des résultats dans leur vie, mais veulent et peuvent orienter ces résultats (Gries et Naudé 2011, p.19). Il peut donc y avoir différents degrés d'agencéité.

Les entrepreneurs semblent souvent être des personnes spéciales qui réalisent des choses que la plupart d'entre nous n'atteignent pas (Gartner 1989, p.58). L'entrepreneur est quelqu'un qui est prêt à prendre des risques, à saisir les opportunités disponibles, à vouloir être son propre patron, à faire face aux défis, et est capable de prendre sa propre décision (Yassin 2015, p.2). Peut-on dire pour autant que les entrepreneurs sont toujours des personnes à haut degré d'agencéité ? Étant donné qu'il n'existe pas de marché pour des « opportunités » où l'entrepreneur pourrait vendre l'opportunité à d'autres qui le développeront, l'entrepreneur doit les exploiter, ce qui signifie qu'il doit également développer ses capabilités pour obtenir des ressources ainsi que pour organiser et exploiter les opportunités (Cuervo, Ribeiro, et Roig 2007, p.2). L'entrepreneuriat ne sera pas toujours valorisé, surtout si les gens manquent d'agencéité (Gries et Naudé 2011, p.222).

D'après l'étude de (Ahmad, Jabeen, et Khan 2014, p.36), la personnalité de l'entrepreneur joue un rôle important sur la participation au programme de homestay à Peninsular (Malaisie). L'entrepreneur aime décider lui-même, être indépendant. L'étude de (Halim, Zakaria, et Alias 2011, p.24-25) montre que les entrepreneurs à Terengganu (Malaisie) ont tendance à être doués en planification, ce qui leur permettrait de mieux gérer leur homestay.

Les résultats de l'étude de (Hussin, Kunjuraman, et Weirowski 2015, p.13) citent que la majorité des pêcheurs de l'île Mantanani (Malaisie) étaient conscients des difficultés en raison de diminution de la source de poisson. Pourtant, certains ont commencé à transformer leurs emplois traditionnels de pêcheur en entrepreneur de homestay pour assurer leur survie durable à long terme.

Pour le cas de programme de homestay de Kampung Relau (Malaisie), (Kayat 2002, p.26) dit que les opportunités économiques ne semblent pas jouer un rôle important, moins que la capacité d'un individu; laquelle est plus grande lorsque les individus ont un meilleur accès à l'information et au capital.

Selon (Osman et Bakar 2014; Osman et al. 2010; 2009), choisir de gérer un homestay ne découle pas de la volonté de sortir de la précarité des femmes malaises, les motivations principales sont plutôt leur passion et leur inclination à poursuivre une activité qu'elles aiment faire.

Au Népal, les femmes sont traditionnellement inactives dans les affaires de la communauté qui sont réservés au hommes en raison de contraintes institutionnelles, socio-économiques et culturelles (Hassan et Silong 2008 cité chez Acharya et Halpenny 2013). (Acharya et Halpenny 2013) présentent le cas du village népalais de Barpak où des femmes ont été encouragées à posséder et gérer des homestays dans le cadre d'une expérience mené par l'un des deux auteurs sous l'égide du Nepal Tourism Board, autorité nationale du tourisme au Népal. Cette expérience montre que les femmes peuvent sortir du rôle habituel de ménagère qui leur est dévolu. Par ailleurs, (Kwaramba et al. 2012) ont observé qu'en raison de la longue histoire de l'apartheid, les gérantes de homestays de Kwam (Afrique du Sud) ont dû faire face

à des difficultés particulières comme le manque de confiance en soi, de conscience de soi, de conscience sociale et de compétences sociales, ce qui ne les empêche pas d'investir dans leur homestay grâce aux revenus plus importants au moment d'un festival annuel de la ville.

Nous pensons que ces études n'affirment pas avec certitude que les entrepreneurs de homestay soient toujours des personnes à haut degré d'agencéité mais elles sont évidemment actives rien que par le fait qu'elles gèrent un homestay, qu'elles ont décidé de saisir l'opportunité de le faire à un moment donné de leur existence quels que soient les risques. A l'opposé, selon (Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017), la raison de ne pas participer à un programme de homestay à Kullu, Himachal Pradesh (Inde) provient de deux incertitudes chez les personnes interrogées : elles ne sont pas certaines de leurs capacités en tant qu'entrepreneurs potentiels dans le secteur de homestay et elles ne savent pas si elles pourraient accueillir des visiteurs des villes. Ceux deux craintes pourraient signifier un manque d'agencéité chez elles car l'agencéité est associée à la capacité de choisir d'un individu (Frediani 2010, p.180).

Une étude à Sapa donne un autre exemple d'une manque d'agencéité possible : certaines des personnes interrogées, motivées à gérer un homestay, déclarent avoir trop peur de s'endetter à la banque pour leur projet, bien que le gouvernement accorde des prêts bancaires préférentiels à taux bas ou sans intérêt (V. D. Truong, Hall, et Garry 2014). Ces éléments confirment l'intérêt du concept d'agencéité dans l'étude que nous faisons ici.

2.2.2 Capabilité et développement humain dans le cas des homestays

De nos jours, l'approche par les capabilités est utilisée dans divers domaines pour évaluer plusieurs aspects du bien-être des personnes, tels que les inégalités, la pauvreté, le bien-être d'un individu (Robeyns 2005, p.94). Pour sa part, le concept du développement humain est lié à différents thèmes tels que l'environnement, le genre, la pauvreté, la mondialisation, les libertés culturelles et la migration, etc. (Alkire 2010, p.2). D'un côté, comme nous l'avons vu plus haut, le développement humain repose entièrement sur l'idée centrale des capabilités de Sen et de l'autre, l'objectif du développement humain est de renforcer les capabilités des individus, dans le présent et dans l'avenir, dans tous les domaines de leur vie – économique, social, politique et culturel. (Alkire et Deneulin 2009, p.26-27).

Nous trouvons qu'il y a une relation entre le développement humain et l'entrepreneuriat car l'entrepreneuriat a aussi pour but d'aider les individus à renforcer et à réaliser leurs motivations entrepreneuriales et à acquérir des compétences et les capabilités nécessaires pour jouer efficacement leur rôle entrepreneurial, selon (Desai 2008, p.239). Cependant, jusqu'à présent, la littérature semble avoir négligé cette relation (Gries et Naudé 2011, p.216). L'application de l'approche par les capabilités est également absente dans les études portant sur l'entrepreneuriat homestay. Selon nous, pourtant, l'approche par les capabilités peut fournir un cadre clé pour analyser l'entrepreneuriat homestay parce qu'il est le produit d'une

interaction entre plusieurs facteurs, certains se rapportant à la personnalité de l'entrepreneur de homestay, d'autres provenant de son milieu social, culturel et économique…

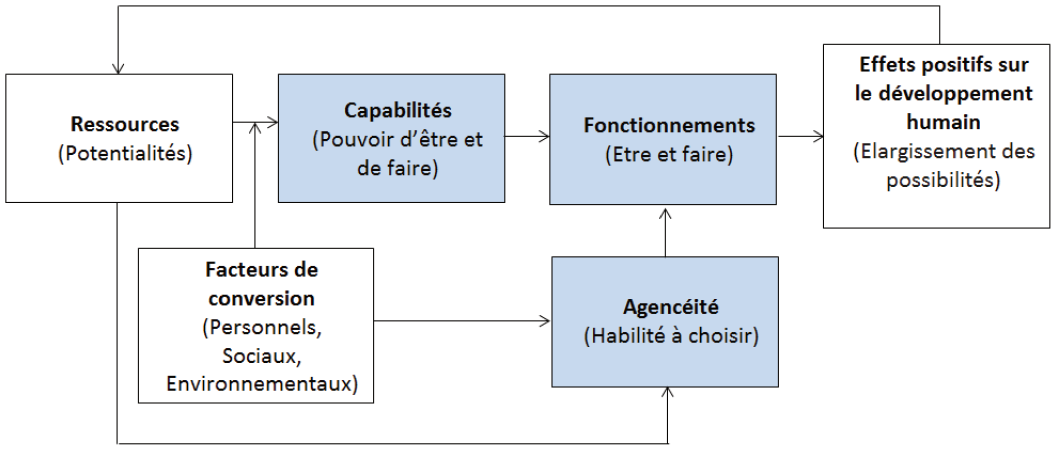
2.3 Le cadre conceptuel de la recherche

L'approche par les capabilités de (Sen 2000) met l'accent sur la qualité de vie que les gens sont en mesure d'atteindre grâce aux trois concepts clés présentés plus haut : les fonctionnements, les capabilités et l'agencéité. Nous avons essayé de représenter dans un schéma le cadre conceptuel de l'approche par les capabilités (Figure 3). Afin d'expliquer ce schéma, nous utilisons l'exemple du vélo proposé par (Robeyns 2005).

Les ressources (comme un vélo) sont considérées comme un « input », mais leur valeur dépend de la capabilité des individus à les convertir en fonctionnements utiles (tels que le cyclisme), qui dépendent par exemple de leur physiologie personnelle (telle que la santé), de normes sociaux (telle que la loi du transport) et d'environnement physique (la qualité de la route, par exemple). L'ensemble de capabilités d'un individu est l'ensemble de fonctionnements précieux auxquels un individu a réellement accès. Les fonctionnements obtenus sont ceux qu'ils sélectionnent réellement. Par exemple, l'ensemble de capabilités d'un individu peut inclure l'accès à différentes fonctions liées à la mobilité, telle que faire du vélo. L'agencéité est l'habilité d'un individu de poursuivre des objectifs (par exemple, pour la santé ou pour la protection de l'environnement).

En passant à une dimension collective, si cela amène à un élargissement des possibilités, cela a un effet en termes de développement humain. Celui-ci est considéré comme « un output » parce que ce que les gens choisissent de faire et d'être naturellement a un effet sur leur sens du bien-être (par exemple, le plaisir de faire du vélo pour travailler par une belle journée). A travers l'exemple d'un vélo, l'approche par les capabilités cherche à augmenter le nombre de choix et d'activités qu'un individu peut accomplir, favorisant ainsi des vies plus productives et plus heureuses.

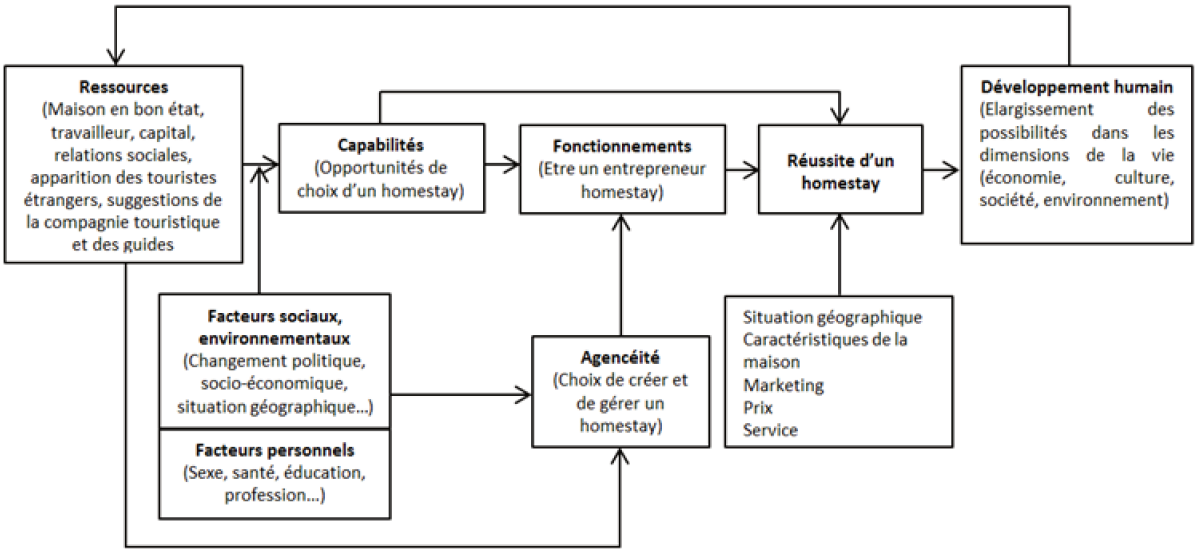
Figure 3 : Un cadre conceptuel de l'approche par capabilités



Auteur, 2018

Ci-dessous, voilà ce que donne ce cadre conceptuel lorsqu'il est appliqué au cas du homestay et à notre étude sur le terrain :

Figure 4 : Cadre conceptuel de la recherche



Auteur, 2018

Dans le cadre de l'approche par les capabilités, le développement passe par l'élimination des obstacles aux ressources, permettant à une personne de mener une vie qu'elle valorise (Sen 2000, p.xii). La Figure 4 montre que la recherche du bien-être commence par l'exploitation d'une ressource (par exemple un domicile) en une capabilité (par exemple, un nouveau moyen de subsistance).

Cependant, le fait de pouvoir utiliser un homestay comme un moyen de subsistance dépend de plusieurs facteurs contextuels : des facteurs personnels (profession d'entrepreneur, par exemple), des facteurs sociaux (par exemple, les relations sociales) et des facteurs environnementaux (telle que, la situation géographique du homestay), qui influent sur la liberté d'un entrepreneur de homestay et donc sur ses capabilités, susceptibles de promouvoir son bien-être.

Afin d'atteindre d'un fonctionnement (devenir un entrepreneur de homestay et réussir, par exemple), il faut qu'un individu poursuive ses objectifs et agisse de manière cohérente et continue pour les atteindre.

2.4 Problématique et hypothèses de recherche

Au cours des dernières années, quelques études se sont intéressées aux contributions des homestay en termes d'économie dans le delta du Mékong (T. V. Bui 2014; V. C. Nguyen et Duong 2014; Q. N. Nguyen 2013a; 2013b; T. H. C. Pham 2009). Une étude parle des impacts culturels du homestay pour la communauté locale (T. T. Q. Le et Pinraj 2015). Une autre met l'accent sur la création d'un modèle du tourisme homestay (T. V. Nguyen et Vo 2018). Parmi

ces études, une seule, réalisée par un étudiant (T. V. Bui 2014) se réfère directement au homestay de l'île d'An Binh de la province de Vinh Long que nous avons choisi comme terrain (cf. 3.1.1). Elle se concentre plutôt sur l'organisation actuelle d'un homestay que sur la trajectoire professionnelle d'un entrepreneur de homestay ou d'un gérant homestay. Elle a aussi cité les raisons mobilisant les entrepreneurs de participer aux homestays ainsi que les difficultés qu'ils rencontrent actuellement.

Par contre, elle n'évoque pas de manière approfondie la façon dont les entrepreneurs de homestay interagissent avec d'autres acteurs concernés (autorité locale, habitant, entreprise touristique, touriste…). Elle n'a pas non plus montré la diversité de situations des homestays dans l'île d'An Binh : certains sont plus capitalistiques et se rapprochent de l'hôtellerie classique ; il en est qui ont atteint les standards de homestay de l'ASEAN et il en est qui fonctionnent « au noir ».

Ces points négligés nous apparaissent être des questions intéressantes que notre recherche souhaite poursuivre : qu'est ce qui détermine le choix pour un habitant de se lancer dans l'exploitation d'un homestay, qu'est ce qui détermine ses décisions en termes d'offre proposée, de gestion et de promotion de son affaire, qu'est ce qui détermine la réussite de celui-ci au cours du temps. Et aussi, comment cette forme d'hébergement pourrait constituer un outil de développement humain au niveau du territoire dans le contexte particulier vietnamien.

Tant au niveau des attentes de la part des autorités politiques en termes de développement socio-économique local que dans les travaux que nous venons de mentionner, le homestay est principalement envisagé dans son aspect économique. Cela nous apparaît être une approche plutôt réductrice alors qu'il nous semble nécessaire d'étudier le homestay dans une perspective multidimensionnelle.

La question capitale pour nous est celle-ci : peut-on considérer le développement de homestays comme un outil de développement humain sous l'angle de l'économie, du social, de la culture et de l'environnement ? Autrement dit, est-ce qu'il permet aux entrepreneurs de homestay ou gérants homestays ainsi qu'aux habitants d'élargir leurs capabilités. Pour arriver à adopter cette perspective multidimensionnelle, une voie possible nous semble être de remonter à la généalogie de chaque homestay pour comprendre les conditions de son déploiement et de ses effets en nous intéressant aux entrepreneurs.

De ce point vue, l'approche par les capabilités de l'économiste Amartya Sen permet d'avoir un nouveau regard quant aux objectifs et au devenir du homestay. En effet, son approche est à bien des égards, soucieuse des personnes. Il consiste à montrer comment le choix de vie de chaque personne est conditionné par les ressources, la liberté et les possibilités effectives qui lui sont propres et comment ce choix peut modifier en retour ces conditions premières en accroissant potentiellement le champ des possibilités en cas de succès.

Pour avancer en connaissance sur ces questions, nous formulons quatre hypothèses de recherche déjà citées en introduction. Chez Sen, l'habilité à choisir dépend des ressources initiales ainsi que de leurs facteurs de conversion (cf. Figure 3Figure 1). Ces facteurs peuvent être collectifs comme le changement politique, socio-économique, les relations sociales, la culture (facteurs socioculturels), la situation géographique, le paysage, (facteurs environnementaux) mais ils peuvent aussi être personnels et propre à chacun (éducation, profession, compétences…). Ces éléments pourraient expliquer le lancement d'un homestay.

Nous pensons que ce sont des facteurs différents qui expliquent d'une part la décision d'investir et d'autre part la réussite du homestay. A partir du moment où un certain nombre de facteurs sociaux sont communs à tous les habitants d'un territoire, alors que seuls certains décident d'exploiter un homestay, ces facteurs ne peuvent pas être discriminants pour déterminer les raisons de ce choix. Ce ne peut donc être que des facteurs variant selon les habitants. Ainsi, notre première hypothèse est que *ce sont principalement des facteurs comme le milieu social d'appartenance, le patrimoine et le niveau d'éducation qui déterminent un habitant à se lancer dans l'exploitation d'un homestay.*

Dans le processus de développement, les homestays de l'île d'An Binh (notre terrain) n'ont bénéficié d'aucun soutien au contraire de certaines localités du nord du pays (Sapa, Mai Chau) ou du delta du Mékong (My Hoa Hung) dans d'autres provinces que celle de notre terrain d'étude. Et pourtant sur notre terrain, les conditions étaient plutôt défavorables : pas d'électricité, de communication, d'eau potable et des visiteurs étrangers vus comme des « forces hostiles » (*« lực lượng thù địch »)* malgré la politique d'ouverture du pays à partir de 1986 (Doi moi). Donc, les entrepreneurs de homestay ont dû faire face à de nombreux défis pour arriver à gérer leur homestay au cours du temps.

Notre deuxième hypothèse est que *les facteurs personnels jouent un rôle clé pour la réussite d'un homestay. Nous insistons ici sur la personnalité d'un entrepreneur ou d'un gérant (le désir de la vie indépendante, la prise de risque, la témérité, la détermination, la volonté) ainsi que leurs compétences (la sensibilisation au marché touristique, la compréhension du comportement de la clientèle, la compétence de la langue étrangère, la capacité de l'amélioration constante de la qualité du service, la capacité créative).*

L'ensemble des études réalisées dans le monde entier montrent que le tourisme homestay a des effets positifs comme négatifs sur la vie des entrepreneurs de homestay ainsi que sur celle de leur communauté (cf. 2.1.2.3). Alors même que de nouveaux homestays continuent d'ouvrir dans l'île d'An Binh, on peut se poser la question de savoir pourquoi. Les apports sont-ils aussi évidents ? Un homestay est-il seulement un *« New Kind of Sugar »* permettant aux entrepreneurs s'enrichir ? Ou alors les effets dépassent-ils le simple cadre économique ? Notre troisième hypothèse de recherche, dans une vue optimiste, affirme que *l'exploitation de homestay apporte des effets positifs sur la vie des entrepreneurs ou des gérants homestays et la réponse sera vérifiée sous le regard du développement humain,* et permettra d'apporter des éléments de réponse.

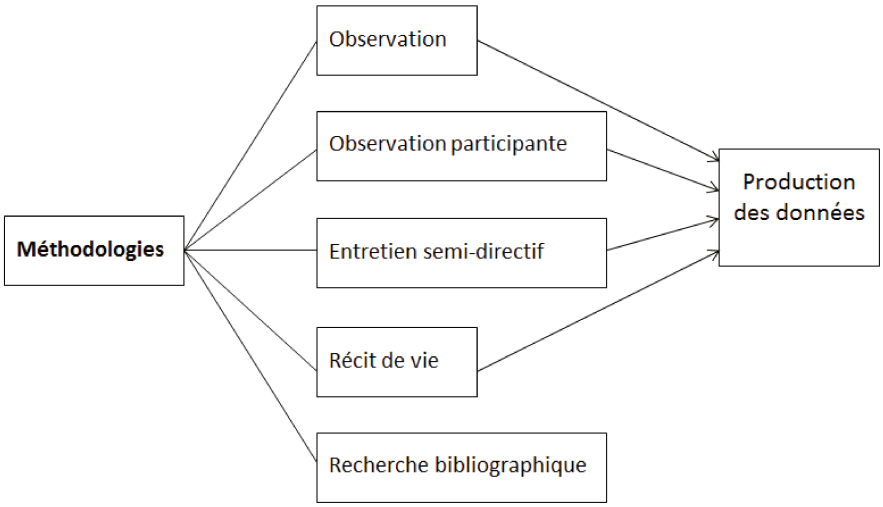
Nous avons pu voir sur le terrain que certains acteurs locaux travaillaient directement ou indirectement pour les homestays de l'île d'An Binh. Cela nous amène à nous demander si les bénéfices en termes de développement humain se limitent aux propriétaires et leur famille ou s'il y a un effet plus large spatialement. Encore une fois optimiste, nous, dirons dans notre quatrième hypothèse que *la présence des homestay a des effets pour les habitants de cette île en termes d'économie, de social, de culture et d'environnement.*

Ces hypothèses seront vérifiées dans le cadre de l'approche par les capabilités en utilisant les méthodes de recherche que nous allons présenter dans le chapitre suivant.

3 Méthodologie de la recherche

Pour mener à bien notre recherche, nous avons mobilisé cinq méthodes principales en mettant l'accent sur la démarche qualitative : la recherche bibliographique, l'observation et l'observation participante, nous avons mené des entretiens semi-directifs et relevé des récits de vie. Ce n'est pas afin d'éviter l'utilisation ou la compréhension des analyses statistiques que nous avons fait le choix de privilégier une approche qualitative mais parce que nous cherchons avant tout à comprendre les motivations des entrepreneurs de homestay, or dans *« les recherches qualitatives, l'enquête est de caractère plus exploratoire, avec un fort accent sur la description, une focalisation sur la compréhension des phénomènes et le développement de théories visant à comprendre de la manière la plus complète possible les données recueillies »* (Bühlmann et Tettamanti 2007, p.196). En fait, les études qualitatives nous ont permis *« de comprendre les mécanismes de l'opinion, de comprendre pourquoi les gens pensent ceci ou cela, pourquoi ils s'autorisent ou non telle ou telle pratique, comment ils comprennent leur environnement. Ces études qualitatives nous apportent aussi des informations qui vont offrir une réelle capacité de prospective, que les études quantitatives ne produisent pas vraiment »* (Wahnich 2006, p.10).

Figure 5 : Méthodes utilisées dans notre recherche



Auteur, 2018

Ces cinq méthodes employées sont complémentaires même si chacune est spécifiquement centrée sur chaque thème ou sur chaque étape de notre recherche. L'enchaînement de ces méthodes à vocation exploratoire est le suivant : quatre d'entre elles ont pour but la production de données primaires et nous les présenterons dans la seconde section de ce chapitre tandis que la cinquième, la recherche documentaire, présentée en dernière section du chapitre, mobilisée en particulier dans le chapitre précédent qui comportait la revue de littérature, a pour but d'identifier les publications existantes pouvant intéresser notre recherche (cf. figure ci-dessus).

3.1.1 Le choix du territoire

L'étude de terrain a joué un rôle vital pour notre recherche car elle *« garantit l'authenticité des observations recueillies et fait découvrir des réalités qui échappent aux autres stratégies d'investigation »* (Claval 2013, p.1). *« L'enquête de terrain procède par itération, c'est-à-dire par allers et retours, va-et-vient »* (Olivier de Sardan 1995, p.13) afin d'appréhender le territoire étudié, de le saisir de manière intime en le vivant (en prenant connaissance de la temporalité locale et du rythme de vie, des pratiques spatiales), en échangeant avec les acteurs clés (propriétaires, gérants, habitants, entreprises touristiques locales, autorités locales, guides touristiques locaux…).

Pourtant, l'étude sur terrain est très complexe et nécessite de nombreuses opérations méthodologiques rigoureusement pensées pour être menées à bien (Guyot 2008, P.13-14) car le territoire étudié n'est pas toujours accessible directement au chercheur par manque de temps et de moyens : *« Il faut, sur le terrain, avoir perdu du temps, beaucoup de temps, énormément de temps »* (Olivier de Sardan 1995, p.3). Donc, nous avons été très prudents lors du choix du territoire étudié en tenant compte de ces contraintes. Après un premier travail de documentation et la consultation des relations scientifiques et amicales, nous avons décidé de retenir l'île d'An Binh de la province de Vinh Long, plus précisément, pour les raisons suivantes :

La première raison tient lieu à la situation géographique de ce territoire. Située au cœur du delta du Mékong, traversée par la route nationale 1A, 53, 54 et par les rivières Co Chien et Mang Thit, à 130 km au Sud de Ho Chi Minh Ville, la ville de Vinh Long est considérée comme la porte d'entrée du delta du Mékong. Cette situation géographique à proximité de Ho Chi Minh Ville nous a permis d'accéder facilement et pour un coût réduit en bus ou à scooter au territoire étudié, ce qui n'aurait pas été le cas dans les provinces plus éloignées du delta du Mékong comme An Giang ou Can Tho où il existe aussi des homestays.

La seconde raison tient à la concentration importante de homestays dans un espace relativement restreint. Après une première phase d'observation de la province de Vinh Long à scooter lors de premières excursions faites entre juillet et septembre 2016, nous avons délimité le terrain d'étude : l'île d'An Binh où se concentrent la plupart des homestays de la province de Vinh Long : 72% des homestays. En outre, cette île est considérée comme le

berceau des homestays non seulement de la province de Vinh Long mais aussi du delta du Mékong depuis le début des années 1990 et l'ouverture (Doi Moi). De plus, la longue histoire et le contexte du développement des homestays de cette île nous a permis d'examiner plus complètement les impacts de ce type de tourisme pour le développement de l'île d'An Binh.

La troisième raison est économique : l'argent est le *« nerf de la guerre »* (Schultz 2013) ou *« No Money, No Research »* (Editorial of Nature Methods 2014, 1077). En effet, l'argent était un grand défi pour nous d'effectuer l'étude de terrain sur une longue période sur l'île d'An Binh car nos cours de doctorant à l'université de Perpignan Via Domitia étaient à des milliers de kilomètres de ce territoire. Heureusement, notre belle-famille se trouve dans le district de Vung Liem, à 35 km au Sud-est d'île d'An Binh. Ce fut vraiment un grand avantage qui nous a permis non seulement de loger quelque fois chez eux pour économiser notre petit budget de recherche mais encore de bien connaître la géographie du territoire étudié.

Les raisons suivantes sont socioculturelles. La relation avec les autorités locales joue un rôle important dans toute recherche de terrain au Vietnam où il est particulièrement difficile de les approcher, pas seulement pour obtenir des recueils de statistiques ou des documents administratifs, mais aussi pour pouvoir faire un travail de terrain. Cette difficulté est citée dans la thèse de (T. M. B. Le 2012), réalisée à Nha Trang (Vietnam). Les Japonais disent souvent que de bonnes relations peuvent aboutir à 70% du travail.

Et les Vietnamiens se chuchotent la complainte (Tien Hai 2014) :

Thứ nhất quan hệ/ Première relation
Thứ nhì tiền tệ/ Deuxième argent
Thứ ba hậu duệ/ Troisième descendant
*Thứ tư trí tuệ/ Quatrième e*sprit

C'est-à-dire que les relations sociales sont un outil particulièrement important afin d'atteindre d'autres buts dans la société vietnamienne. Elles sont rarement limitées dans le cadre du travail professionnel (Vuong et Tran 2009, p.73). Les relations amicales que nous détenions déjà au sein de la province de Vinh Long nous ont persuadés de choisir l'île d'An Binh pour notre recherche.

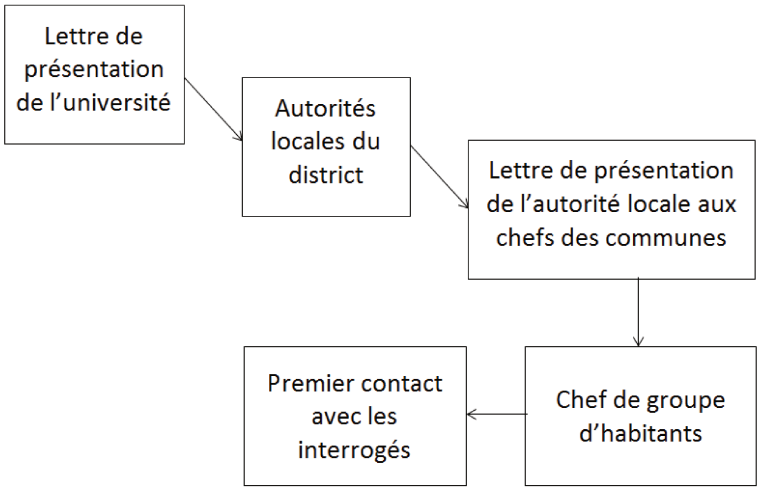
Enfin, les habitants du delta du Mékong sont très *« cởi mở »* (sociables) (Vo et Phan 2006, p.115) et *« hiếu khách »* (hospitaliers) (N. T. Tran 2006, p.145). En particulier, les hommes invitent souvent les visiteurs à boire du *« rượu đế »* (alcool de riz) ou de la bière. La prise d'alcool ou de la bière semble être une partie indispensable de leur vie (H. S. Le 2014). Une expression dit que « les hommes ne boivent pas d'alcool comme un drapeau sans vent » *(« Nam vô tửu như cờ vô phong »)*. En fait, la prise de l'alcool ou de la bière n'est pas le moyen unique d'obtenir des données mais elle est indispensable afin de faire connaissance avec les acteurs de terrain dans le delta du Mékong. De plus, elle aide également les chercheurs à vivre pleinement la culture locale. La compréhension de cette caractéristique culturelle nous a aussi encouragés dans notre choix de l'île d'An Binh. En fait, nous avons été invités également à

boire de la bière par les autorités locales et les entrepreneurs de homestay. C'est le meilleur moment pour passer dans les coulisses, pour gagner la confiance des différents interlocuteurs et obtenir des confidences de leur part. Suite à ces moments de convivialité, l'approche des acteurs sur terrain a été beaucoup plus facile.

3.1.2 La production de données

Au Vietnam, en général, avant d'approcher les personnes à interroger, les chercheurs doivent obtenir une autorisation de mener des entretiens auprès des autorités locales. Puis, celles-ci présentent les chercheurs au « chef de commune » qui indique les « chefs de groupe d'habitants » pour permettre les premiers contacts avec les personnes à interroger. Ces procédures administratives sont nécessaires pour obtenir l'autorisation d'effectuer des recherches et pour établir les premières rencontres entre l'intervieweur et les interrogés (cf. Figure 6).

Figure 6 : Procédure administrative



Source : (T. T. T. Ngo 2014, p.100)

Cependant, nous pouvons dire d'expérience que les chercheurs perdent beaucoup de temps avec ces procédures administratives. Elles peuvent causer de la méfiance chez les interlocuteurs. Par exemple, dans sa recherche, l'universitaire Ngo confie qu'elle n'a pas pu obtenir de bons entretiens lors de la première rencontre car les interrogés ne parlaient pas sincèrement de leur vie et de leur pensée. Ils avaient peur des chefs de groupe de population qui les y ont emmenés (Ngo 2014, p.101). Tenant compte de son expérience, nous avons évité cette procédure administrative et sommes allés directement sur le terrain d'étude pour frapper aux portes des acteurs clés. Au début, nous n'avons pas pu éviter les regards méfiants mais nous avons réussi progressivement à nous faire accepter par eux et nous avons eu de bonnes relations amicales à la fin, ce qui nous a permis d'effectuer facilement des entretiens.

3.1.2.1 La fréquentation du territoire étudié et de ses acteurs clés pour notre recherche

Après 5 mois (de janvier à mai 2016) à essayer de construire une problématique pertinente sur la base de lectures théoriques, notre directeur de thèse nous a suggéré de changer de méthode : d'oublier temporairement les lectures et les connaissances accumulées afin d'éviter les conditionnements qui en découlaient et limitaient la perspective pour partir sur le terrain afin de s'en imprégner en étant le plus possible à l'écoute. Comme l'affirme le géographe Paul Claval en évoquant le positionnement épistémologique de Humboldt : *« le terrain ne sert pas seulement à recueillir des données et à assurer l'authenticité factuelle des enseignements de la discipline : il est le vecteur d'une saisie globale que rien ne peut remplacer »* (Claval 2013, p.4). En fait, nous avons effectué différentes phases dans cette démarche.

La première phrase d'étude de terrain a été effectuée entre juillet et septembre 2016. Les objectifs de nos premières excursions étaient d'observer la géographie de la province de Vinh Long, les activités touristiques dans le milieu rural, de nouer des premiers contacts avec les acteurs clés et de nous faire accepter par eux. Nous sommes allés frapper à la porte des homestays avec un scooter, un carnet de terrain, un petit magnétophone et un appareil photographique.

Au début, nous n'avons pas pu éviter les regards méfiants. D'une part, nous étions considérés comme un intrus. D'autre part, la méfiance est répandue dans la campagne vietnamienne du fait de l'existence courante d'arnaques (Nguyen Loan et Hai Linh 2016). Les gens nous ont posé les mêmes questions que celles qu'évoque Daniel Bertaux dans son manuel méthodologique sur le récit de vie : ce que nous venons faire, quelles sont nos intentions, qui nous envoie, quelle institution se trouve derrière nous, pour qui nous travaillons, à quoi (et à qui) servira ce travail, bref quelle est notre « identité » (Bertaux 2010, p.55).

Très vite nous avons répondu à ces questions de manière véritablement convaincante et réussi à construire notre identité de chercheur. Nous avons également évité le terme d'« enquête » qui fait trop inspecteur. Par ailleurs, nous avons présenté les lettres de recommandation de notre université vietnamienne d'appartenance (Université des Sciences Sociales et Humaines – Université nationale du Vietnam à Ho Chi Minh Ville) ainsi que notre carte d'enseignant universitaire (cf. Annexe 3 et Annexe 4) afin de renforcer la confiance avec ces interlocuteurs. Certains restaient quand même méfiants et réticents à nous répondre. Même dans ces cas, l'apport de ces excursions n'était jamais nul car elles nous ont permis d'observer la nature et l'activité des hommes ainsi que les activités touristiques à Vinh Long. Elles nous ont aussi permis de noter des démarches, des rencontres, des observations, des réflexions.

Plus important, nous avons fait connaissance avec les propriétaires, gérants des homestays, obtenu des cartes de visite et pris des photos des homestays dans différents districts : Vung Liem, Tra On, Binh Minh, Tam Binh et Long Ho. Nous avons pu rencontrer et discuter avec

différentes catégories de personnel : un cuisinier, un serveur au homestay de Phuong Thao, deux polyvalentes au homestay de Bay Thoi, un maçon au homestay de Ngoc Phuong, un gérant de fabrique des bonbons Cuu Long et visité certains vergers à l'île d'An Binh. Particulièrement, nous avons fait connaissance avec M. Buôl, un jeune cadre du parti s'occupant du tourisme de l'Office de la culture et de l'information du district de Tam Binh (Vinh Long) qui nous a fait profiter de ses réseaux amicaux et professionnels.

Les mois suivants, c'est à travers des rencontres régulières avec ces interlocuteurs que nous avons pu nouer des relations de confiance et obtenir les informations nécessaires. Passer du temps sur le terrain nous a aussi permis d'appréhender le territoire étudié, de le saisir de manière intime en le vivant dans sa temporalité et sa spatialité locales en échangeant avec les acteurs clés (propriétaires, gérants, employés, habitants, cadres du parti, …). Ce fut d'autant plus nécessaire que les interlocuteurs vietnamiens locaux ne se livrent qu'avec grande difficultés à des inconnus. Nous avons eu ce premier contact avec le terrain pendant plusieurs mois en 2016, lequel nous a permis :

- De délimiter un terrain d'étude : l'île d'An Binh où se concentrent la plupart des homestays de la province de Vinh Long
- D'estimer l'étendue de l'offre en hébergement chez l'habitant
- D'expérimenter les homestays en y séjournant comme un touriste la première fois
- De rencontrer et de discuter avec les propriétaires et/ou gérants des établissements
- De rencontrer et de discuter avec les habitants autour des homestays, en particulier ceux qui peuvent profiter économiquement de la présence des touristes en étant embauchés par les homestays, vendeurs de rue, conducteurs de bateaux, …

Une seconde phase d'étude de terrain de quelques jours, effectué en novembre 2016 en compagnie de notre directeur de thèse, a montré une grande différence de comportement de la part des interlocuteurs qui nous connaissaient déjà, ceux-ci nous accueillant chaleureusement, parlant beaucoup plus librement et acceptant même d'être enregistrés. Ce second travail de terrain a été l'occasion d'interroger de nouveaux acteurs comme les touristes clients des homestays, les propriétaires des homestays, gérants des homestays et des guides touristiques accompagnant des groupes de touristes.

Cette phase nous a également permis de perfectionner nos compétences méthodologiques de recherche en appliquant la méthode empirico-inductive afin d'obtenir les informations nécessaires. Elle a surtout permis de faire émerger une question de recherche : l'approche par les capabilités (Sen 2000) pourrait-elle être utilisée pour comprendre le comportement des entrepreneurs de homestay ainsi que des gérants de homestays. Et elle a permis aussi d'aboutir à une problématique de thèse pertinente : il nous a paru intéressant de comprendre ce qui détermine le choix pour un habitant de se lancer dans l'exploitation d'un homestay et ensuite, ce qui détermine la réussite de celui-ci. En outre, au-delà, la question se pose de savoir comment cette forme d'hébergement pourrait constituer un outil de développement humain au niveau du territoire dans le contexte particulier vietnamien.

Nous avons également effectué des séjours d'étude de terrain en mai, juillet, août, septembre 2017 ; août, septembre, octobre 2018. Les observations fréquentes nous ont permis de poser des questions additionnelles et à formuler des idées dans l'interprétation des résultats. Nous avons tenté de saisir la réalité telle que la vivent les sujets avec lesquels nous étions en contact en nous efforçant de comprendre la réalité depuis l'intérieur de l'univers observé (Poisson 1983, p.371).

Après chaque rencontre ou chaque observation, nous avons noté dans le carnet de terrain comprenant : le prénom/surnom de l'enquêté, le nom des activités, la date, l'horaire, le lieu, les grandes lignes du contexte…

3.1.2.2 L'observation participante

L'observation ne suffit pas (Claval 2013, p.11), il faut aller plus loin. Donc, nous avons continué d'adopter la méthode d'observation participante de Blanchet (Blanchet 2011, p.73) afin de recueillir les données des « coulisses » sur le terrain. Cette méthode constitue aussi un des instruments privilégiés pour faire le travail de terrain (Poisson 1983, p.370). L'observation participante permet aux chercheurs d'accéder directement aux personnes en observant ce qu'ils disent et font (Traianou 2014, p.68) et de mieux comprendre le contexte et le phénomène à l'étude (Kawulich 2005).

Il ne nous était pas possible de devenir un entrepreneur de homestay ou de nous faire embaucher dans un homestay, aussi, notre expérience ne constitue pas à proprement parlé d'observation participante, mais peut s'en approcher. En effet, grâce à notre relation amicale avec M. Buôl, le jeune cadre du parti, cité plus haut, nous avons pu assisté à une formation sur le « Développement du produit touristique durable » le 14 septembre 2016, organisée par le Centre de l'information et de promotion touristique de la province de Vinh Long avec une vingtaine de propriétaires, des gérants de homestays de la province.

Après une séance de travail en salle d'une demi-journée, nous avons passés une demi-journée de terrain pour visiter ensemble quelques homestays (Ut Thuy, Ut Trinh, Muoi Day) et les vergers BI-BO et Tu Hien en compagnie de notre intervenant de la formation. Enfin, nous avons aussi participé à un repas amical (*« tiệc liên hoan »*[5]) dans le homestay « Bay Thoi », ce qui nous a permis de mettre en évidence différents problèmes intimes rencontrés par le gérant comme : les mécontentements vis-à-vis des politiques de développement touristique de la province et des séances des formations, la concurrence entre les propriétaires…A cette occasion, nous avons aussi fait connaissance et mené un entretien avec l'intervenant de cette formation (cf. 3.1.2.3).

Le 20 avril 2017, nous avons été invités à assurer une formation sur le sujet suivant : « Expériences du développement touristique à la base des vergers et développement du

[5] Un « tiệc liên hoan » dans le delta du Mékong (Vietnam) se compose souvent de 3 parties : manger, boire de la bière ou « rượu đế » (l'eau de vie très forte) et l'art du « Đờn ca tài tử Nam Bộ » ou Karaoké à la fin.

tourisme homestay » à destination de vingt personnes (cadres des communes, propriétaires des vergers du district Tam Binh) pendant une demi-journée chez M. Tu Chau à l'îlot de Dong Hau (Tam Binh), organisée par l'Offices de la culture et de l'information du district de Tam Binh (Vinh Long). Cette formation nous a permis de recueillir des données importantes à propos des difficultés d'opération des homestays, du manque de savoir-faire dans la recherche des clients…

Le 20 juillet 2017, nous avons également assisté à une autre formation sur le sujet « Sensibilisation au tourisme responsable », organisée par le Service de la culture, des sports et du tourisme de la province de Vinh Long. Les participants étaient les cadres du parti, les propriétaires des homestays de la province de Vinh Long. Après cette formation, nous avons invité un groupe de cinq participants (cadres du parti, propriétaires des homestays) à prendre le café et nous avons échangé pendant une heure. Cela nous a permis de mieux connaître les insatisfactions des participants et les limitations des formations organisées par le Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long.

En général, nous avons essayé de vivre avec ou, du moins, d'être proche, d'être à portée ; c'est-à-dire de regarder de près (Combessie 2007, p.14). Parallèlement, nous avons évidemment pris des notes dans le carnet de terrain et recueilli les contenus des supports de formation distribués dans les deux formations auxquelles nous avons pu assister.

3.1.2.3 Entretiens semi-directifs

L'entretien semi-directif est le type le plus couramment utilisé dans l'approche qualitative. Le chercheur a en tête quels sujets doivent être couverts, quelles questions doivent être posées. En même temps, il doit être suffisamment souple pour examiner certains aspects en profondeur et, si nécessaire, laisser le répondant mener une partie de l'entretien (Richards 2009, p.185-186). Cette méthode est une méthode peu coûteuse. Il suffit d'avoir un petit magnétophone, un peu d'audace pour frapper aux portes, d'amorcer la conversation autour d'une question, puis de savoir tirer du « matériau » recueilli des éléments d'information et d'illustration des idées que l'on développe (Kaufmann 2004, p.7). Nous avons sollicité quatre types de public : autorités locales, chefs des entreprises touristiques locales, habitants et formateur en tourisme.

3.1.2.3.1 Les différents types de personnes interrogées

Nous avons conduit différents entretiens avec des autorités locales pour évoquer les politiques générales de développement touristique, les politiques de développement du tourisme homestay, leurs relations avec les autres acteurs touristiques ainsi que les impacts du développement de tourisme homestay sur le développement territorial.

Au niveau provincial, nous nous sommes entretenus avec le directeur du département du tourisme du Service de la culture, des sports et du tourisme et celui du Centre de la promotion

du tourisme de Vinh Long. Ils sont en charge de la gestion et de la mise en œuvre des politiques de développement du tourisme de la province de Vinh Long.

Au niveau communal, nous nous sommes entretenus avec le président ou le vice-président des communes (An Binh, Binh Hoa Phuoc, Dong Phu et Hoa Ninh) de l'île d'An Binh. Ils s'occupent de développement général de la commune.

Par ailleurs, nous avons voulu aussi recueillir un certain nombre de documents potentiellement utiles comme des textes administratifs publiés par les autorités locales (politiques, juridiques, statistiques…) auprès des services provinciaux (Service de la culture, des sports et du tourisme, Centre de la promotion du tourisme) et des Comités populaires des communes.

Cependant, il n'a jamais été facile d'approcher les autorités locales de niveau provincial. Nous avons passé plusieurs appels pour prendre des rendez-vous obtenant toujours les mêmes réponses : *« Tôi đang đi công tác »* (Je suis en voyage d'affaires) ou *« Tôi đang bận ngập đầu »* (Je suis débordé de travail). Mais grâce à M. Buôl, nous avons pu entrer en contact avec eux et les inviter à prendre un café. Ce qui nous a permis finalement de réaliser des entretiens avec eux et de recueillir les textes administratifs nécessaires.

En ce qui concerne les chefs d'entreprises touristiques locales, nos objectifs étaient de connaître leurs stratégies commerciales d'abord générales et ensuite vis-à-vis des homestays et leurs éventuelles coopérations avec les gérants des homestays. Nous nous sommes entretenus avec deux chefs d'entreprises touristiques locales (Mekong Travel, Cuu Long Tourist). Ces deux entreprises touristiques sont partenaires avec la plupart des homestays de l'île comme des agences de voyage du Vietnam et du monde entier qui organisent les circuits en intégrant du tourisme homestay à l'île d'An Binh dans leurs circuits. De plus, certaines possèdent elles aussi des homestays afin d'accueillir directement les touristes.

Nous avons aussi conduit des entretiens avec des habitants : les voisin(e)s des homestays, les employés des homestays, leurs partenaires commerciaux (conducteurs de mototaxi, conducteurs de bateau, réparateurs de vélo, rameurs de sampan), chef d'un groupe musical de *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »*[6], les guides touristiques locaux, des vendeurs de souvenirs dans la rue et une élève. Nous avons voulu examiner les impacts du développement de tourisme homestay pour leur vie, leur famille et leur village (économie, environnement, culture, …). De plus, nous voulions comprendre pourquoi les voisin(e)s n'ont pas lancé eux-mêmes de projets touristiques. Nous avons choisi de réaliser les entretiens dans trois communes : An Binh, Binh Hoa Phuoc et Hoa Ninh de l'île d'An Binh qui sont d'après notre observation les plus concernés par le tourisme homestay.

[6] L'art du « *Đờn ca tài tử Nam bộ »* est un art musical du Sud du Vietnam inscrit sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO en 2013.

M. Buôl, le jeune cadre du parti, nous a permis d'entrer en contact avec un formateur en tourisme, lequel nous a permis de participer à sa formation. Puis, nous avons fait l'entretien avec lui pendant une heure au café du Musée de la ville de Vinh Long. Nos questions ont porté sur les thèmes suivants :

- Rôles de la formation pour les participants
- Feedbacks des participants pour la formation
- Supports du gouvernement local pour les formations
- Suggestions pour le développement des homestays

Au total, nous avons effectué des entretiens avec 24 personnes de ces différents types (cf. Tableau 5).

Tableau 5 : Type de participants aux entretiens

N^0	Type d'informateur	Nombre
1	Autorités locales	6
2	Chefs d'une compagnie touristique locale	1
3	Habitants	16
	Conducteur de mototaxi	1
	Conducteur de pirogue à moteur	1
	Employés aux homestays (cuisiner, polyvalent)	3
	Chef de groupe de « Đờn ca tài tử Nam Bộ »	1
	Guide touristique local	2
	Rameur de sampan	1
	Réparateur de vélos pour les homestays	1
	Responsable de fabrique des bonbons et des galettes du riz	1
	Elève	1
	Voisins/voisines de homestays	3
	Vendeur des souvenirs	1
4	Formateur en tourisme	1
	Au total	24

Auteur, 2018

3.1.2.3.2 La méthode d'entretien

Nous avons rédigé des guides d'entretiens pour chaque type d'acteur interrogé (cf. Annexe 5, Annexe 6, Annexe 7 et Annexe 8) comprenant une liste de questions ouvertes auxquelles l'informateur pouvait répondre tout ce qu'il souhaitait, nous nous contentions de dialoguer et d'orienter l'échange, le cas échéant, suivant les préconisations méthodologiques propres aux entretiens semi-directifs (Blanchet 2011, p.74).

Avant d'effectuer l'entretien, nous avons clairement expliqué notre thème de recherche à chaque enquêté. Afin d'obtenir les réponses les plus significatives possibles, nous avons essayé d'adopter une position d'écoute attentive, d'ouverture tentant de ne pas influencer l'interviewé par les regards, gestes, et attitudes (Temporal et Larmarange 2006, p.14) et laissé un maximum de liberté à la personne interviewée.

Les entretiens ont été menés en vietnamien. Le temps d'entretien varie entre 30 et 90 minutes en fonction de la disponibilité et de la volonté des interlocuteurs. Dans un cas, nous avions prévu d'effectuer l'entretien avec le chef de la compagnie de Cuu Long pendant 90 minutes mais en fait, notre entretien a duré 2 heures et 47 minutes. Les lieux d'entretien ont été variés. La plupart se sont déroulés dans le bureau des personnes interrogées ou dans les homestays. Toutefois, certains ont eu lieu dans la rue comme avec les conducteurs de mototaxi ou le vendeur de souvenirs.

La plupart de nos entretiens ont été enregistrés à l'aide d'un magnétophone avec l'accord des interlocuteurs. Les autorités locales ont refusé l'enregistrement de peur que les données de l'enregistrement puissent avoir une influence négative sur leur situation professionnelle. Et certains habitants ont également refusé d'être enregistrés car ils n'étaient pas vraiment à l'aise en présence d'un magnétophone. Nous aurions pu cacher le magnétophone lors des entretiens. Cependant, notre éthique de recherche nous a empêchés de le faire. De plus, la prise de notes pendant l'entretien est également utile pour faciliter la mémorisation des points les plus importants (Combessie 2007, p.26-27). Donc, nous avons pris des notes dans certains cas.

Nous avons procédé à la retranscription immédiate des enregistrements pour assurer l'authenticité des données recueillies. Le passage de la parole à l'écrit entraîne une éventuelle perte de la richesse inhérente à l'interaction en face à face. Nous le savons déjà, pour un entretien, les éléments extralinguistiques comptent autant que les facteurs linguistiques.

Conscients du risque de déperdition due à la retranscription, nous avons essayé de retranscrire l'ensemble de manière à ce que cela soit compréhensible sans dénaturer les paroles de l'enquêté. Il nous est arrivé ainsi de retravailler le parler de l'interviewé par exemple en évitant les répétitions en supprimant les fautes d'accord…Nous tenons pourtant à garder certaines remarques utiles entre parenthèses pour marquer la tonalité de l'entretien et les attitudes de l'interviewé (hésitations plus ou moins longues, bégaiements, rires, silences…) (T. T. T. Ngo 2014, p.106-107).

Codage des entretiens :

Nous avons catalogué les entretiens en leur donnant un nom de code dépendant du type d'informateur, de l'ordre des entretiens et du nom modifié de l'interlocuteur (cf. Tableau 6). Voilà quelques exemples : EA.01-M. Hai signifie Entretien semi-directif, Autorité locale, 01, Monsieur Hai (nous avons changé le nom) ;

EC.07-M. Chuc signifie Entretien semi-directif, Chef de la compagnie touristique locale, 07, Monsieur Chuc (nous avons changé le nom) ;

EH.08-M. Muoi signifie Entretien semi-directif, Habitant, 08, Monsieur Muoi (nous avons changé le nom) ;

EF.24-M. Chien signifie Entretien semi-directif, Formateur en tourisme, 24, Monsieur Chien (nous avons changé le nom).

Tableau 6 : Codage des entretiens

N^0	Type des informateurs	Codage des entretiens
1	Autorités locales	EA.01-M. Hai EA.02-M. Hung EA.03-M. Minh EA.04-M. Quan EA.05-M. Ten EA.06-M. Triet
2	Chef de la compagnie touristique locale (société par actions)	EC.07-M. Chuc
3	Habitants	
	Conducteur de mototaxi	EH.08-M. Muoi
	Conducteur de pirogue à moteur	EH.09-M. Bau
	Chef de groupe de « Đờn ca tài tử Nam Bộ »	EH.10-M. Diem
	Employés aux homestays (cuisiner, polyvalent)	EH.11-Mme Huong EH.12-M. Tam EH.13-Mme Van
	Guide touristique local	EH.14-Mme Hanh EH.15-M. Nam
	Rameur de sampan	EH.16-Mme Dung
	Réparateur de vélos pour les homestays	EH.17-M. Tuoi
	Responsable de fabrique des bonbons et des galettes du riz	EH.18-Mme Tan
	Elève	EH.19-Mlle Tran
	Voisins/voisines des homestays	EH.20-M. Cang EH.21-Mme Hang EH.22-Mme Tuyen
	Vendeur des souvenirs	EH.23-Mme Moi
4	Formateur en formation	EF.24-M. Chien

Nota Bene : Les entretiens avec les personnes surlignées en jaune n'ont pas été utilisés dans la thèse du fait du peu d'intérêt pour notre recherche des informations qu'ils contiennent.

Auteur, 2018

L'analyse des données est l'un des éléments de la recherche qui contribuent à la vérification des hypothèses et/ou à l'établissement de réponses au questionnement de recherche (Chardenet 2011, p.82). Nous avons utilisé les méthodes classique d'analyse déductive de contenus pour nos entretiens (Patton 2002, p.453). Plus précisément, après avoir lu l'ensemble de chaque entretien, nous avons identifié des thèmes et des sous thèmes que nous avons ensuite déclinés en arguments. Les thèmes diffèrent selon les types d'informateurs. De ce fait, l'organisation des listes des thèmes ou des sous-thèmes donc est aussi différente. Ici, nous montrons un exemple suivant (EH.13-Mme Van) pour le type des informateurs (habitants).

Tableau 7 : La liste des thèmes et des sous-thèmes dans l'analyse des données

Thèmes	Sous-thèmes	Arguments
Temps du travail	*Non*	Depuis 2006 – présent
Description du travail	*Non*	Travail du jour, du soir (quelque fois) : cuisine, ménage
Effets économiques	Revenu	Environ 3 million VND par mois
	Travail	Source du travail supplémentaire
Effets sociaux	Renforcement des relations sociales	Oui, avec les entrepreneurs de homestay, les touristes domestiques Non, avec les touristes internationaux à cause de la langue étrangère
	Niveau de vie	Amélioration du niveau de vie grâce au revenu, au travail et ainsi qu'à un travail dans l'environnement frais, propre
	Aide des jeunes générations	Payer pour l'éducation d'un enfant en ville
Effets culturels	*Non*	
Effets environnementaux	Sens pour l'environnement	Importance de la protection de d'environnement
	Action pour l'environnement	Consommation moins de l'eau, de l'électricité Mise des déchets dans les poubelles au milieu de jet dans les rivières ou arroyos…
Perspective du tourisme ou du homestay	*Non*	
Autres	*Non*	Souhaiter continuer de travailler

Auteur, 2018

La traduction est une étape extrêmement difficile. Comme les entretiens ont été réalisés en vietnamien nous avons essayé en traduisant de transmettre plus l'idée que la forme (T. T. T. Ngo 2014, p.107). Mais cela est parfois difficile, comme dans le cas suivant : en vietnamien *« hiện nay, một số homestay ở cù lao An Bình có kiến trúc hơi sặc rằn »* signifie en français : actuellement, l'architecture de certains homestays de l'île d'An Binh est *« blanc rayé de noir »* selon le terme local, c'est à dire *« traditionnelle à moitié »* ou *« métisse »* mais avec une connotation plutôt négative.

3.1.2.4 Récit de vie

« Le récit de vie résulte d'une forme particulière d'entretien, l'entretien narratif, au cours duquel un chercheur (…) demande à une personne ci-après dénommée « sujet », de lui raconter tout ou une partie de son expérience vécue » (Bertaux 2010, p.10). Aujourd'hui cette méthode a acquis ses titres de noblesse et est devenue l'une des méthodes qualitatives reconnues au sein des sciences sociales (Bah et Mahé de Boislandelle 2010, p.3). La raison est que presque tout ce qui est social peut s'expliquer par les recherches utilisant la méthode de récit de vie (Filion et Akizawa 2012, p.6). Contrairement à la méthodologie traditionnelle (quantitative ou statistique) des sciences sociales marquée par la théorisation, la démonstration scientifique,

les données chiffrées, le récit de vie, de par son ouverture à la subjectivité, à la description vivante des phénomènes humains apporte une ouverture vers des formes de connaissances plus souples permettant de combler les lacunes et les insuffisances des approches classiques (Bah et Mahé de Boislandelle 2010, p.7). Cependant, elle est une forme d'investigation aisée à pratiquer mais difficile à transformer en résultats tangibles (Peneff 1994, p.25).

De nos jours, l'application de récit de vie dans le tourisme est encore tâtonnante (Ladkin 1999, p.43). Cependant, nous avons trouvé que cette méthode correspond aux exigences de notre problématique de recherche. C'est une des méthodes principales de notre recherche. Nous nous sommes concentrés sur le recueil des trajectoires de vie des entrepreneurs de homestay ainsi que des gérants homestays.

3.1.2.4.1 Préparation et négociation d'un entretien

Avant d'appliquer la méthode de récit de vie sur terrain, nous avons eu un rendez-vous avec un enseignant-chercheur (M. Thoi) de la Faculté de l'Anthropologie de l'Université des Sciences Sociales et Humaines – Université nationale du Vietnam à Ho Chi Minh Ville. Depuis 15 ans, il pratique le récit de vie dans son domaine de recherche. Pendant trois heures, nous avons échangé sur cette méthode et plus particulièrement, sur son expérience de terrain dans l'application du récit de vie. Il nous a également donné de nombreux conseils utiles.

Comment choisir les personnes à enquêter ? Selon Patton, il n'y a pas de règles pour la taille de l'échantillon dans l'enquête qualitative. Elle dépend de ce que nous voulons savoir, le but de l'enquête, ce qui est en jeu, ce qui sera utile, ce qui aura de la crédibilité et ce qui peut être fait avec le temps et les ressources disponibles (Patton 2002, p.244). Nous avons identifié deux types d'informateurs : l'entrepreneur de homestay et le gérant homestay. Le premier est le propriétaire du homestay, d'un point de vue légal. Il ou elle a lancé le projet de homestay. Le second est celui qui gère le homestay.

Ce peut-être la même personne qui est à la fois propriétaire et gérant. Le gérant homestay peut aussi être un membre de famille du propriétaire. Il ou elle peut être marié (e) et vivre en dehors du homestay. Si l'activité s'accroît, que ce soit suite à un agrandissement du homestay ou à l'ouverture d'un nouvel homestay, c'est souvent un membre de la famille qui va être appelé en renfort.

Nous avons fait de notre mieux pour nous assurer que les informateurs soient divers d'un point de vue sociodémographique et dans la façon de gérer les homestays et aussi qu'ils appartiennent à différentes générations de l'histoire du tourisme homestay sur l'île d'An Binh.

Nous avons pris comme critères sociodémographiques : le sexe, l'âge, la situation géographique et l'habitat de homestay. En ce qui concerne le mode de gestion du homestay : nous avons essayé d'avoir au moins un exemple des différents cas rencontrés : certains sont à la fois propriétaire de homestay et directeur de compagnie touristique locale (tel que le cas

de RP.02-Mme Binh), d'autres n'acceptent que des touristes individuels « Tây ba lô »[7] (tel que le cas de RP.06-M. Nam), certains gèrent un homestay sans en avoir le permis (tel que le cas de RP.03-M. Chin).

De plus, nous avons essayé que ces personnes nous fournissent les informations les plus complètes. Nous avons conduit 15 entretiens parmi les 25 entrepreneurs et gérants avec lesquels nous avons fait connaissance (cf. Tableau 8).

Tableau 8 : Type des informateurs

N^0	Type des informateurs		Nombres
1	Entrepreneurs	En étant les entrepreneurs de homestay âgés en rencontrant actuellement des difficultés	5
		En accueillant des touristes sans en avoir le permis	1
		En étant les entrepreneurs de homestay, les patrons des entreprises touristiques en même temps	2
		En accueillant principalement des *« Tây ba lô »*	1
		En gardant encore l'« authenticité » de homestay	2
2	Gérants	En étant gérants des homestays familiaux	4
		Total	15

Auteur, 2018

Pour réaliser 15 entretiens, nous avons retenu 2 méthodes d'échantillonnage parmi les 16 stratégies de choix d'échantillon de l'étude qualitative présentées dans Qualitative Research & Evaluation Methods de Michael Quinn Patton (Patton 2002, p.231-245) : *l'échantillonnage par choix raisonné, et l'échantillonnage opportuniste.* La plupart des entretiens sont issus de la méthode d'échantillonnage par choix raisonné.

Mais certains appartiennent à la méthode d'échantillonnage opportuniste. Par exemple, il est arrivé que nous prenions rendez-vous avec des gérants ou des entrepreneurs après les avoir rencontré de manière fortuite (exemple de RP.08-M. Phu croisé dans le bureau de directeur du département du tourisme du Service de la culture, des sports et du tourisme de la province de Vinh Long) (cf. le tableau ci-dessous).

Tableau 9 : Répartition des entretiens selon les méthodes d'échantillonnage

N^0	Méthodes d'échantillonnage	Résultats
1	Echantillonnage par choix raisonné	RP.01-M. Ba, RP.02-Mme Binh, RP.04-Mme Dao, RP.05-M. Muoi, RP.06-M. Nam, RP.09-M. Tam Tien, RP.10-M. Tien, RP.11-M. Truong, RG.12-Mme Hoang, RG.13-M. Khoa, RG.14-Mme Oanh
2	Echantillonnage opportuniste	RP.03-M. Chin, RP.07-M. Nghiep, RP.08-M. Phu, RG.15-M. Nguyen

En plusieurs mois de travail de terrain, nous avons fait connaissance avec tous les entrepreneurs et les gérants de 23 homestays de l'île d'An Binh. Nous avons également expérimenté certains homestays en y séjournant comme un touriste. Parallèlement, il est

[7] Les touristes occidentaux avec un gros sac sur le dos

arrivé que nous devenions aussi proche qu'un familier avec certains interlocuteurs. Nous avons invité certains à prendre le café ou quelques bières, ce qui était l'occasion de bavarder de tout et de rien, des difficultés de la vie, …. Il nous est aussi arrivé de rendre service à certaines occasions (réparation d'un ordinateur, contact avec le bureau de booking.com à Hô Chi Minh Ville). Nous pouvons dire que nous avons réussi à installer des relations de confiance avec chacun d'entre eux.

Nos informateurs étaient souvent occupés, notamment pendant la haute saison. Donc, la plupart de nos entretiens ont eu lieu pendant la basse saison, soit entre juin et septembre. Dans certains cas, nous les avons réalisés le soir après leur travail. Par commodité, nous avons logé chez certains. Donc, tous les entretiens ont été réalisés chez les personnes interrogées. Ce qui a créé des conditions favorables nous permettant de faire des observations, d'évaluer les informations fournies par chaque enquêté et de mieux comprendre la situation dans laquelle il se trouve. Nous avons dû, maintes fois, retourner sur le lieu pour effectuer des entretiens supplémentaires, les données obtenues lors du premier n'étant pas satisfaisantes (T. T. T. Ngo 2014, 101-102).

3.1.2.4.2 La conduite de l'entretien et le recueil des données

Tout d'abord, nous avons expliqué notre thème de recherche à chaque enquêté. Notre objectif était d'amener l'individu à raconter les différentes étapes de sa vie. Les questions de la première partie se conçoivent de manière à aboutir à un cadre de vie plus ou moins précis des interrogés, alors que les autres sont classées par thèmes. Notre but était de comprendre comment ils ont conçu leur projet de vie, ce qui a eu une influence décisive pour les amener à entreprendre dans le tourisme, les conséquences personnelles de ce choix professionnel, à savoir ce qu'ils sont devenus, comment ils ont dépassé les barrières juridiques, économiques et sociales à l'entrée dans la fonction d'entrepreneur, comment ils construisent leurs produits touristiques, quelles capabilités ils ont.

Trois mots importants reviennent sans cesse dans nos entretiens : « Avant ? », « Maintenant ? » et « Futur ? ». Cela nous a permis de saisir les changements dans leur vie dans le temps et dans l'espace. *« Ce genre d'entretien est souvent plus long et aussi plus difficile pour nous, car il faut savoir faire parler la personne sur son vécu et rebondir sans cesse sur ce qu'elle raconte pour ne pas créer trop de vide et casser le rythme de l'entretien »* (T. T. T. Ngo 2014, p.93).

Pour éviter le risque de panne du magnétophone lors de longs enregistrements, nous avons associé deux façons d'enregistrer des entretiens : le magnétophone et la prise de notes. Toutefois, la prise de notes n'était là que de façon supplémentaire. Nous avons retranscrit tous les entretiens comme pour les entretiens semi-directifs, ce qui nous a pris beaucoup de temps étant donnée la longueur des enregistrements.

Les entretiens ont là aussi été catalogués selon le nom de méthode de l'entretien, les types d'informateur, l'ordre des entretiens et le nom (changé) (cf. Tableau 10). Par exemple, RP.01-

M. Ba signifie Récit de vie, Propriétaire, 01, Monsieur Ba (nous avons changé le nom) ou RG.12-Mme Hoang signifie Récit de vie, Gérant, 12, Madame Hoang (nous avons changé le nom).

Tableau 10 : Codage des récits de vie

N^0	Type des informateurs	Codage des entretiens
1	Propriétaires	RP.01-M. Ba, RP.02-Mme Binh, RP.03-M. Chin, RP.04-Mme Dao, RP.05-M. Muoi, RP.06-M. Nam, RP.07-M. Nghiep, RP.08-M. Phu, RP.09-M. Tam Tien, RP.10-M. Tien, RP.11-M. Truong
2	Gérants	RG.12-Mme Hoang, RG.13-M. Khoa, RG.14-Mme Oanh, RG.15-M. Nguyen

Nous avons conservé le vrai nom de M. Tam Tien car il s'est autodésigné par son vrai prénom « Tam Tien » à plusieurs reprises lors d'entretien. De plus, son vrai prénom a été également visible sur l'affiche reproduite plus loin dans la thèse (cf. Photo 12).

3.1.2.4.3 L'analyse des résultats d'entretiens

Dans le cadre du récit de vie, il existe un certain nombre de stratégies d'analyse différentes : *Timeline* (Adriansen 2012), *Three levels of analysis* (Bar-On 2006), *Thematic field analysis* (Rosenthal 1993)…Nous avons retenu le processus de trois niveaux d'analyse de Bar-On (Tableau 11).

Tableau 11 : Les trois niveaux d'analyse de Bar-On

Niveau 1	Une chronologie (le récit de vie), pour lequel nous avons extrait toutes les dates du calendrier que les interviewés ont mentionné dans leur narration principale, et les événements associés à un moment ou à un âge spécifique.
Niveau 2	Une analyse linguistique dans laquelle nous avons combiné trois formes de base du discours : les descriptions, l'argumentation et les histoires.
Niveau 3	Une analyse séquentielle des données biographiques, identifiant les sujets abordés dans chaque paragraphe, en commençant par le début de l'entretien et en avançant pas à pas.

(Bar-On 2006, p.33)

C'est grâce à la documentation systématique des données chronologiques et des formes linguistiques, et à l'analyse séquentielle, nous avons reconstruit le récit de vie et plus particulièrement identifié l'identité de chaque entrepreneur de homestay ainsi que de chaque gérant homestay. Comme la plupart des retranscriptions de nos entretiens sont très longues (20 à 30 pages A4), nous les avons traduits après l'analyse des résultats de l'entretien pour ne traduire que ce qui était utilisé et gagner du temps ainsi.

3.1.2.5 Méthodologie cartographique

Même si la méthodologie cartographique est loin d'être essentiel dans cette thèse, elle a néanmoins joué un rôle indispensable pour notre recherche. Même si les cartes ne parlent pas (Claval 2013, p.16), elles nous ont permis de découvrir la géographie réelle du territoire étudié.

Pour cette phase, nous avons consulté les cartes en papier et les cartes numériques sur le site internet du Service de la planification et de l'investissement de la province de Vinh Long (https://skhdt.vinhlong.gov.vn), la carte administrative du district de Long Ho sur le site du Comité populaire du district de Long Ho (https://longho.vinhlong.gov.vn) et les données de Google Maps (https://maps.google.com/). D'autre part, les cartes ont permis de mieux illustrer notre recherche. La carte de la situation géographique du Vietnam présente dans le chapitre suivant (cf. Figure 7) a été élaborée avec l'aide de H. D. Nguyen (doctorant en géographie de l'Université d'Orléans, France).

Nous avons pris les données sur le site internet (https://d-maps.com/) et le logiciel « Adobe Illustrator » afin de l'élaborer. Et pour réaliser les cartes de la situation géographique de la province de Vinh Long et de l'île d'An Binh (cf. Figure 19 et Figure 24), nous avons pris les données de base qui sont extraites de la carte numérique du Vietnam par le Département de géographie, Université des sciences sociales et humaines de Ho Chi Minh Ville – Université nationale du Vietnam. Le logiciel « QGIS 3.20 » est utilisé pour élaborer ces deux cartes avec l'aide de D. M. Tran (doctorant en géographie de l'Université des sciences sociales et humaines de Ho Chi Minh Ville, Vietnam).

3.1.3 La recherche bibliographique

Notre recherche bibliographique s'est faite en suivant les différentes étapes de la méthodologie documentaire, permettant de chercher, d'identifier et de trouver des documents relatifs à un sujet (Service Formation des Publics 2013). La méthode a été mise en œuvre dès le début, avant même le séjour sur terrain et nous a servi tout au long de la recherche.

Tout d'abord, nous avons appliqué la méthode QQQOCP (Qui, Quoi, Quand, Où, Comment et Pourquoi) (Service Formation des Publics 2013) pour retenir un ensemble de questions simples pour cerner, préciser et approfondir notre sujet de recherche.

Tableau 12 : Questions simples de la méthode QQQOCP

Qui ?	Quels sont les acteurs, les personnes impliquées ?
Quoi ?	Quels sont les aspects qui nous intéressent ?
Quand ?	Quelle est la période concerné ?
Où ?	Le sujet est-il circonscrit à une zone géographique précise ?
Comment ?	Quelles approches ou points de vue faut-il considérer ?
Pourquoi ?	Quelle est l'importance du sujet dans le contexte actuel ?

Source : (Service Formation des Publics 2013)

Puis, en nous basant sur cette méthode, nous avons fait une liste des sujets de documents appropriés, ce qui nous a amené à réunir différents types de documents pertinents pour notre recherche :

- Des livres ou monographies
- Des chapitres de livres

- Des actes de colloques
- Des articles de conférence/ de congrès
- Des articles de revue
- Des thèses, mémoires, rapports de recherche...
- Des documents plus spécifiques (cartes, images, données statistiques, etc.) parmi lesquels les données statistiques ont été publiées par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), le Fonds Monétaire International (FMI), la Banque Mondiale (BM), The World Travel & Tourism Council (WTTC), le Bureau des statistiques générales du Vietnam, l'Administration Nationale du Tourisme du Vietnam, le Bureau des statistiques de la province de Vinh Long, le Service de la Culture, du Sport et du Tourisme de la province de Vinh Long et l'Association touristique du delta du Mékong.
- De la documentation officielle (lois du tourisme, résolutions, décisions, annonces, stratégies nationales du développement touristique, etc.) : ces documents officiels sont édités par l'Etat central du Vietnam, l'Assemblée nationale du Vietnam, le Ministère de la culture, du sport et du tourisme du Vietnam, le Comité populaire de la province de Vinh Long, le Service de la culture, du sport et du tourisme de Vinh Long…

Nos ressources documentaires présentent ainsi une très grande variété. Nous avons utilisé différentes plateformes éditoriales comme : Cairn, Elsevier, Jstor, Persée, SAGE, ScienceDirect, Springer, Taylor & Francis, … et des moteurs de recherche spécialisés :

- Archive ouverte HAL (https://hal.archives-ouvertes.fr/)
- Google Scholar (https://scholar.google.com/)
- Google Books (https://books.google.com/)
- https://journals.openedition.org/
- https://www.researchgate.net/
- Thèses (http://www.theses.fr/)

Plus particulièrement, nous avons pris de nombreux articles sur journals.sagepub.com, www.sciencedirect.com et www.tandfonline.com. Nous avons aussi écrit à des auteurs pour demander certains articles auxquels nous n'avions pas directement accès en ligne. Certaines données statistiques ont été principalement téléchargées à partir des sites internet suivants : www2.unwto.org, www.imf.org, www.worldbank.org, www.wttc.org, www.gso.gov.vn, www.vietnamtourism.gov.vn, etc.

De plus, la bibliothèque de l'Université de Perpignan Via Domitia (France) et celle de l'Université des Sciences Sociales et Humaines à Hô Chi Minh Ville (Vietnam) où nous avons très souvent fait les allers et retours pour consulter des documents dans tout le temps de recherche.

Au total, nous avons passé en revue 542 documents dont 69% de documents en anglais, 26% en vietnamien et 5% en français.

4 Le territoire étudié

4.1 Contexte géographique et touristique

4.1.1 Un aperçu du Vietnam

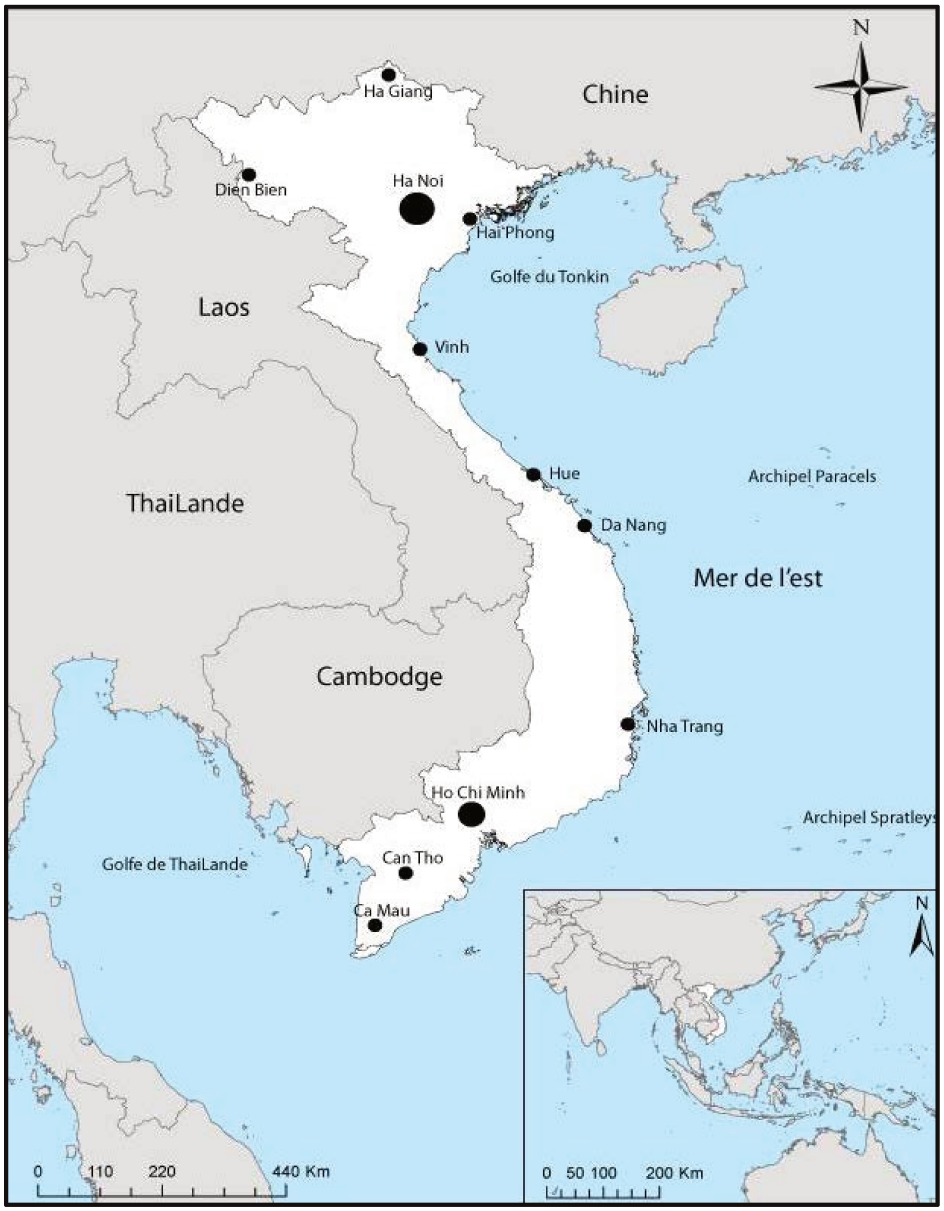
Le Vietnam est une bande de terre en forme de lettre «S» situé sur la partie orientale de la péninsule indochinoise (Le 1998, p.7). La longueur totale du pays du nord au sud est de 1 650 km pour une superficie de 330 900 km^2. Le Vietnam dispose de 3 260 km de littoral de Mong Cai à Ha Tien (T. L. Vu 2006, p.13). La partie la plus large (environ 500 km) va de Mong Cai (Quang Ninh) au A Pa Chai (Dien Bien) dans le nord tandis que la partie la plus étroite (50 km) va de la frontière entre le Vietnam et le Laos au niveau de la ville de Dong Hoi (Quang Binh) (Le 1998, p.8).

Les deux tiers du territoire vietnamien sont constitués de montagnes et de collines (Vu 2006; Le 1998). Le Vietnam est parcouru par 2 360 rivières de plus de 10 km, dont 106 rivières principales et 2 254 affluents ; le long de la côte, environ 20 km il y a un estuaire (Vu 2006, p.163). Le Vietnam dispose de deux deltas majeurs : le delta du fleuve Rouge au nord et le delta du Mékong au sud (Le 1998, p.9). Le delta du Mékong, d'une surface d'environ 40 816 km^2 (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2016a, p.42), est très fertile et présente des conditions climatiques favorables pour l'agriculture. En conséquence, c'est la plus grande région rizicole au Vietnam (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a). La région du delta du fleuve Rouge s'étend sur 15 000 km^2. Au fil du temps, les dépôts d'alluvions provenant des rivières Rouge et Thai Binh se sont accumulés pour former le delta qui est le berceau de la civilisation du riz humide du pays (Le 1998, p.42).

Caractérisé par un climat tropical et subtropical, le Vietnam connaît des moussons régulières avec de fortes précipitations, du soleil en abondance et une grande humidité. Le pays présente aussi une diversité climatique qui se manifeste dans des endroits proches du tropique du Cancer et dans des régions de haute altitude, où se constate un climat plutôt tempéré (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2018a). En général, le climat du Vietnam est varié et instable (Vu 2006, p.100). Le climat du nord a deux saisons différentes : la saison chaude (ou saison des pluies) a lieu d'avril à octobre et la saison froide de novembre à mars.

Ces deux saisons montrent toutefois les signes des quatre saisons : printemps, été, automne et hiver. Les régions méridionales sont chaudes toute l'année, tout en ayant deux saisons distinctes : la saison sèche de décembre à avril et la saison des pluies de mai à novembre. La région centrale est considérée comme la région au climat le plus rude du Vietnam, qui est le climat de transition entre les deux régions climatiques mentionnées ci-dessus, en raison de l'influence de la chaîne montagneuse de Truong Son qui fait dévier les saisons pluvieuses et sèches. La saison des pluies se caractérise par de fortes pluies, générant des inondations susceptibles de graves dommages (Le 1998, p.72-73-74).

Figure 7 : Situation géographique du Vietnam



Fait par H. D. Nguyen, 2018

54 groupes ethniques vivent du nord au sud du pays (Le 1998, p.13) mais le groupe Kinh représente environ 85,3%. La population nationale était de 96 208 984 habitants dont 34,4% vivaient en zone urbaine et 65,6% en zone rurale à compter du 1er avril 2019 (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2019, p.17). Classé au 15ème rang des pays les plus peuplés du monde, avec un âge médian de 30 ans, le Vietnam représente un réservoir énorme de clients et d'employés potentiels pour de nombreux investisseurs (Vietnam Chamber of Commerce and Intrustry et Vietnam PricewaterhouseCoopers 2017, p.13).

Hanoï dans le nord est la capitale du Vietnam et Ho Chi Minh Ville dans le sud est la plus grande ville d'affaires. Da Nang, au centre du Vietnam, est le troisième plus grande ville et un

important port maritime (Vietnam Chamber of Commerce and Intrustry et Vietnam PricewaterhouseCoopers 2017, p.13).

Le Vietnam a fait des progrès économiques impressionnants depuis le lancement du processus de « Doi Moi »[8] (Rénovation) en 1986. Un des pays les plus pauvres du monde, le Vietnam s'est transformé en un pays à revenu moyen (World Bank 2016a, p.9). De 2005 à 2018, le PIB est passé de 52,9 milliards de dollars à plus de 238 milliards de dollars (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2018; 2016a). La croissance économique du Vietnam mesurée par le PIB continue de croître annuellement, bien que le taux de croissance fluctue selon les années.

Le PIB par habitant est passé de 700 à 2 590 dollars entre 2005 et 2018, ces résultats économiques ont permis l'amélioration des conditions de vie des habitants aussi bien des zones rurales qu'urbaines. Dans l'économie, le secteur tertiaire est majoritaire et tend à augmenter tandis que le secteur primaire (agriculture, sylviculture, pêcherie) et le secteur secondaire (industrie, construction) tendent à diminuer. L'inflation est désormais contrôlée, bien que le taux de croissance annuel moyen du PIB sur la période ait été de 6,4%.

Les indicateurs de croissance dégradants ont de multiples raisons, notamment le taux d'inflation élevé et la récession économique mondiale de 2008 (cf. Tableau 13). Grâce à une forte croissance des exportations, d'année en année (+8,6% en 2016), le Vietnam a pu devenir un importateur important de biens d'équipement afin de répondre à ses besoins élevés en matière d'infrastructures (Vietnam Chamber of Commerce and Intrustry et Vietnam PricewaterhouseCoopers 2017, p.13).

Tableau 13 : Développement macroéconomique au Vietnam 2007-2018

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (milliards US $)	71,1	89,6	99,8	110,7	133,3	155,2	171,2	186,2	193,4	205,3	220,0	238,0
Taux de croissance PIB (%)[9]	8,46	6,31	5,40	6,42	6,24	5,25	5,42	5,98	6,68	6,21	6,81	7,06
PIB par habitant (US$)	919	1 145	1 160	1 273	1 517	1 748	1 907	2 052	2 109	2 215	2 389	2 590
Taux d'inflation (%)	8,3	23,1	6,7	9,2	18,7	9,1	6,6	4,1	0,6	2,7	3,5	3,5
PIB par secteur économique (%)												
Agriculture, Sylviculture et Pêcherie	18,66	20,41	19,17	18,38	19,57	19,22	17,96	17,70	17,00	16,32	15,34	14,68
Industrie et Construction	38,51	37,08	37,39	32,13	32,24	33,56	33,19	33,21	33,25	32,72	33,40	34,23
Services	42,83	42,51	43,44	36,94	36,73	37,27	38,74	39,04	39,73	40,92	41,26	41,12
TVA (subventions exclues)	…	…	…	12,55	11,46	9,95	10,11	10,05	10,02	10,04	10,00	9,97

Fait par l'auteur à partir de (International Monetary Fund 2019; Bureau des statistiques générales du Vietnam 2018; 2016a; 2016b)

[8] Le Doi Moi est la politique de rénovation engagée en 1986 à la suite du VI[e] Congrès du Parti, qui a officiellement signée l'ouverture du Vietnam. L'économie de marché a été reconnue et a permis au pays de s'insérer dans le commerce international.

[9] Les taux de croissance sont calculés en dollars VND au prix constants sur l'année de base 2010.

Le taux de pauvreté moyen au Vietnam a été considérablement réduit. En 1993, juste après le début du Doi Moi, la moitié de la population vivait encore avec moins de 1,90 dollar par jour (World Bank 2016a, p.16). Selon le seuil de pauvreté nationale mesuré par le Bureau des statistiques générales du Vietnam et la Banque mondiale, le taux de pauvreté est passé de 20,8% en 2010 à 9,8% en 2016, en baisse de près de 4 points de pourcentage entre 2014 et 2016. Pendant ce temps, des estimations basées sur le seuil de pauvreté pour les pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure (à 3,2 dollars par jour – parité de pouvoir d'achat en 2011) montrent un taux de pauvreté inférieur de 8,6% en 2016.

La pauvreté extrême est pratiquement éliminée, avec seulement 2% de la population vivant avec moins 1,9 dollars par jour (parité de pouvoir d'achat en 2011) (World Bank 2018, p.6). Cependant, le Vietnam doit faire face à de nouveaux défis pour continuer à réduire la pauvreté et les inégalités. Le programme de réduction de la pauvreté a été axé sur la nécessité de combler le fossé entre la pauvreté et les conditions de vie des groupes vulnérables.

Les personnes vivant dans des zones reculées, et en particulier les minorités ethniques, ne représentent que 15% de la population du pays, mais elles représentent 73% de la population pauvre en 2016 (World Bank 2018, p.23). La lenteur de la réduction de la pauvreté des minorités ethniques au cours des dernières années a montré que les progrès de la croissance générale ne suffisaient pas à éradiquer la pauvreté pour les minorités ethniques (World Bank 2016a, p.10).

4.1.2 Le tourisme au Vietnam

4.1.2.1 Le rôle de l'Etat dans le développement du tourisme

4.1.2.1.1 Avant le Doi Moi : du tourisme colonial au tourisme communiste

A l'époque du contrôle français du Vietnam (1883-1954), le régime colonial tenta de remodeler les villes vietnamiennes pour qu'elles ressemblent à des villes françaises afin de donner aux résidents français le sentiment d'être à la maison tout en vivant dans un pays exotique. Le succès du programme français d'urbanisme au Vietnam est illustré par les surnoms «Perle de l'Extrême-Orient» et «Paris de l'Orient» par lesquels les villes de Saïgon et Hanoï ont été désignées (Amer 2010; Lily H. 2000). De nombreux bâtiments de cette époque sont désormais des attractions touristiques célèbres dans nombre de villes vietnamiennes comme Hué, Nha Trang, Dalat ou Vung Tau (Suntikul 2010, p.134).

En 1923, un office central du tourisme fut mis en place dans le but de développer le marché touristique international (DeWald 2008, p.223). Pour autant, le tourisme s'est développé avant la première guerre mondiale dans deux directions car au-delà d'un développement touristique international initié par l'État en cohérence avec le développement colonial, un tourisme domestique a grandi dans son ombre (DeWald 2008, p.229). Ensuite, l'éclatement de la colonie française et l'instabilité politique pendant la période de partition du pays suite à

la Conférence de Genève de 1954 ont été des freins majeurs au développement touristique du Vietnam.

Les relations touristiques avec les pays étrangers ont été affectées par la polarisation politique des deux quasi-États du Vietnam divisé. Tout comme la France avait essayé de modeler sa colonie à son image, les États-Unis et l'Union soviétique ont laissé leur empreinte sur les deux Vietnam durant la partition (Suntikul 2010, p.135). L'influence de l'Union soviétique à Hanoï peut être observée dans les bâtiments des années 1950 et 1960 tels que le mausolée Ho Chi Minh, le musée Ho Chi Minh et le palais de la culture de l'amitié soviéto-vietnamienne.

Les flux touristiques vers le nord du Vietnam au cours de cette période provenaient principalement du bloc de l'Est (Suntikul 2010, p.134). A côté des maisons collectives de repos à destination des travailleurs, le Vietnam comptait aussi quelques hôtels plus luxueux, comme l'hôtel d'Hai Au à Do Son (Hai Phong), construit à la fin des années 1960, qui accueillaient des dirigeants vietnamiens et des ingénieurs russes travaillant dans le pays. C'est aussi le cas de l'hôtel de Thang Loi à Hanoï, offert par Fidel Castro en l'honneur de la libération du Vietnam (thang loi signifie victoire : cet hôtel fut construit de 1970 à 1975 en partie par des Cubains afin d'accueillir au mieux les cadres réunis cette année-là pour le congrès du parti communiste (Peyvel 2009, p.187).

Par contre, la guerre de 1954 a fait fuir de nombreuses personnes issues de cette bourgeoisie, si bien que la transmission de ces mobilités récréatives a été en partie interrompue. Toutefois, avant l'avènement du socialisme, il semble qu'une partie de ces mobilités continuèrent au Sud du Vietnam, sous contrôle américain jusqu'en 1975. La population locale la plus fortunée y développait certainement des pratiques récréatives, influencées en partie par les Américains et les Australiens présents. Des revues féminines de l'époque font ainsi état de collections de maillots de bain à porter pour la saison estivale au bord de la mer, et notamment dans la station balnéaire de Vung Tau (Peyvel 2009, p.59). On comptait aussi quelques hôtels de luxe dans le sud tels que l'hôtel Caravelle (1959) (N. V. Tran et Nguyen 2016) et le Palace Hôtel (1968) à Saïgon ou La Frégate (Michelia actuel) (1968) à Nha Trang.

Après la victoire en 1975, le pays vit selon un régime communiste très fermé, appelé *« Bao cấp »* en vietnamien (Peyvel 2007, p.3). Le Vietnam fut coupé des flux du tourisme international du monde non communiste (Hobson, Heung, et Chon 1994, p.43). Les activités touristiques au Vietnam continuèrent à exister organisées par le Parti : elles étaient à la fois considérées comme une récompense accordée aux travailleurs les plus méritants et comme un moyen de propagande supplémentaire (Peyvel 2007, p.3; Y. Le et al. 2006, p.546).

En dehors d'un tourisme réservé au monde communiste, le Vietnam noue aussi des contacts avec d'autres marchés touristiques internationaux tels que le Japon et la France... La compagnie touristique en dehors du bloc socialiste à établir des relations avec le tourisme du Vietnam est la compagnie touristique FUJI du Parti communiste du Japon (V. T. Nguyen 2015).

En 1978, le département général du tourisme du Vietnam est établi pour superviser 14 entreprises touristiques gouvernementales et 30 entreprises locales (Suntikul 2010, p.135). En 1980, une nouvelle Constitution est créée. C'est la première dans laquelle le tourisme est abordé, lequel est, au moins au niveau de la rhétorique, promu comme un facteur important de développement économique. L'article 49 de cette constitution déclare que *« le tourisme est encouragé et organisé de manière adéquate »* (Assemblée nationale du Vietnam 1980).

Dans les années 1980, le Vietnam met en place des initiatives pour sortir de son isolement du marché touristique mondial et, en 1985, le Vietnam est représenté pour la première fois à l'Internationale Tourismus Börse (ITB) à Berlin. La réalisation des contradictions internes entre les objectifs et les moyens exprimés dans la Constitution de 1980 a peut-être joué un rôle dans la préparation des réformes de Doi Moi de la fin des années 1980 (Suntikul 2010, p.135).

Durant cette période, le gouvernement vietnamien monopolise tous les secteurs du tourisme : toutes les stations, hôtels et entreprises touristiques appartiennent au gouvernement et les entreprises touristiques privées n'ont pas de reconnaissance légale (Suntikul, Butler, et Airey 2008, p.2-3, Y. Le et al. 2006, p.546).

4.1.2.1.2 Après le Doi Moi : l'ouverture internationale

La politique gouvernementale du Doi Moi a permis un développement des investissements et a ouvert des perspectives intéressantes pour le développement touristique. Ainsi, le VI^{e} Congrès national du Parti en 1986 propose d'*« exploiter rapidement les conditions favorables du pays pour développer le tourisme avec des capitaux d'investissement nationaux et des coopérations internationales »* (Conseil des ministres du Vietnam 1987). En 1987, un an après Doi Moi, l'État a promulgué la loi sur les investissements étrangers, qui encourageait l'investissement direct étranger au Vietnam, en particulier dans l'industrie du tourisme.

Parallèlement à la ruée de l'investissement étranger qui a suivi, les entreprises privées ont également augmenté en nombre, conduisant à la fin du monopole gouvernemental dans la fourniture de services touristiques, même si le gouvernement possède aujourd'hui encore, un grand nombre d'établissements hôteliers et d'entreprises touristiques. Dans ces nouvelles circonstances, les entreprises publiques ont dû se réinventer pour la première fois dans un marché ouvert où la concurrence est féroce (Suntikul, Butler, et Airey 2008, p.2-3).

La même année, la Résolution 63 du gouvernement sur la promotion du développement du tourisme et la réorganisation de la gestion du tourisme a été promulguée avec l'objectif de rendre les destinations touristiques vietnamiennes plus attrayantes, pratiques et sûres pour les clients domestiques et internationaux (Conseil des ministres du Vietnam 1987). Cette résolution reconnaissait aussi les grandes limites du tourisme vietnamien de l'époque :

- La conscience insuffisante du rôle possible du tourisme dans le développement socio-économique du pays ;

- L'inadéquation des infrastructures touristiques d'accueil des touristes même dans les grandes villes comme Hanoï, Hué, Ha Long etc. ;
- La complexité des procédures d'immigration ;
- Le manque de main-d'œuvre qualifiée ;
- Le manque de professionnalisme de la gestion d'Etat ;
- Le manque des coopérations avec les organisations du tourisme international, les compagnies d'aviation étrangère, les pays non communistes etc.

En 1990, le Vietnam organise pour la première fois une « Année du Tourisme » afin de sensibiliser le peuple vietnamien sur le rôle positif du tourisme. Cet évènement est considéré par certains auteurs comme la première étape importante dans le développement du tourisme au Vietnam après le Doi Moi (Jansen-Verbeke et Go 1995, p.320; V. T. Nguyen 2015). En 1991, le Plan directeur pour le développement du tourisme au Vietnam 1995 – 2010 est construit avec le soutien du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) et de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b; Suntikul, Butler, et Airey 2008; Jansen-Verbeke et Go 1995). En 1992 est créée l'Administration Nationale du Tourisme du Vietnam (ANTVN) pour gérer le tourisme au Vietnam. Cette gestion d'Etat du tourisme est renforcée depuis le niveau central jusqu'au niveau local (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b, p.6). En 1993, la Résolution N° 45/CP du 22 juin 1993 du gouvernement sur le renouvellement du développement touristique est promulguée, reconnaissant le tourisme comme *« un secteur économique important dans la stratégie de développement socio-économique du pays »* (Gouvernement du Vietnam 1993, p.1).

Par ailleurs, la fin de l'embargo commercial américain sur le Vietnam en 1994 et l'entrée du Vietnam dans l'Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) en 1995 sont le signe que le Vietnam fait partie des marchés de capitaux mondiaux. Le Parti communiste du Vietnam, conscient des avantages du tourisme pour le développement du pays en a fait une destination touristique potentielle (T. B. V. Tran et al. 2015, p.287; Suntikul, Butler, et Airey 2008, p.2).

Tableau 14 : Nombre des touristes au Vietnam (1990-2000)

Année	Touristes internationaux	Touristes domestiques
1990	250 000	1 000 000
1991	300 000	1 500 000
1992	400 000	2 000 000
1993	670 000	5 100 000
1994	1 020 000	6 200 000
1995	1 351 300	6 900 000
1996	1 607 200	7 300 000
1997	1 715 600	8 500 000
1998	1 520 100	9 600 000
1999	1 781 800	10 000 000
2000	2 140 100	11 200 000

Fait par l'auteur à partir de (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2009b)

En conséquence, le nombre des touristes augmente rapidement les années suivantes (cf.Tableau 14) et ceux-ci ne sont plus seulement issus des petits groupes politiques et des pays du Council for Mutual Economic Assistance (COMECON) mais se diversifient en termes d'origines, de budgets de voyage et d'attentes (Suntikul, Butler, et Airey 2008, p.23).

Malgré cette croissance des touristes internationaux et des touristes domestiques, le développement du tourisme au Vietnam était limité par plusieurs contraintes parmi lesquelles : la pauvreté des infrastructures, le laxisme des systèmes juridiques, la corruption, des personnels non qualifiés et des cadres insuffisants. La plupart des hôtels et des pensions appartenant à l'État étaient de style ancien et étaient équipés d'installations très basiques et d'un personnel non qualifié ne répondant pas aux normes internationales (Mok et Lam 1997, p.86).

En 1998, en raison de l'intégration économique internationale, le Politburo tient une réunion spéciale sur le tourisme et publie la Directive N° 46/CT-BBT sur le développement du tourisme dans la nouvelle situation (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b, p.6).

La mise en œuvre de cette directive (Annonce N° 179/TB-TW) constitue un tournant significatif pour le développement touristique du Vietnam en posant les bases sur lesquelles construire la Stratégie nationale de développement du tourisme au Vietnam 2001 – 2010. Dans la Décision N° 97/2002/QD-TTg du Premier ministre approuvant cette stratégie, le rôle du tourisme dans la politique de développement national est renforcé : *« le tourisme devient un secteur économique de pointe par l'exploitation efficace des avantages des conditions naturelles, écologiques et des traditions culturelles, historiques, en mobilisant au maximum les ressources nationales et en tirant parti des coopérations et des soutiens internationaux, contribuant à l'industrialisation et à la modernisation du pays. Nous faisons progressivement du pays un centre de tourisme régional, et nous nous efforçons à faire du Vietnam l'une des destinations touristiques importantes de la région »* (Gouvernement du Vietnam 2002).

C'est la première fois que le tourisme est considéré par l'Etat comme *« un secteur économique de pointe »*. En 2005, une première loi du Tourisme est promulguée, créant un cadre juridique important pour garantir les conditions juridiques du fonctionnement du tourisme au Vietnam. Cette loi stipule que *« le tourisme est encouragé dans les régions éloignées et isolées et celles qui présentent des difficultés socio-économiques en augmentant l'utilisation de la main-d'œuvre, des produits et des services locaux pour l'élimination de la faim et la réduction de la pauvreté »* (Assemblée nationale du Vietnam 2005, p.4). En 2007, le Vietnam adhère à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), ce qui amène le secteur du tourisme à s'adapter pour mieux s'intégrer dans les marchés internationaux.

En 2007, le système de gestion de l'État est réorganisé sous la forme de ministères multisectoriels : l'ANTVN est fusionnée avec le ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme. La gestion du tourisme par l'Etat au niveau local est également réorganisée. Cela se

traduit de manière inédite par la création de sociétés par actions dans les localités et donc par la participation du secteur privé à la propriété et à la gestion des sociétés (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2009a).

L'attention du Parti et de l'Etat du Vietnam pour le développement du tourisme se reflète ainsi dans toutes les résolutions des Congrès du parti depuis le Doi Moi (VI^{e} (1986), VII^{e} (1991), XIII^{e} (1996), IX^{e} (2001), X^{e} (2006), XI^{e} (2011), XII^{e} (2016), dans les directives du Secrétariat, dans les résolutions du Premier ministre etc. Le tourisme est donc bien reconnu par l'Etat comme un secteur économique important du pays (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.75). Depuis le Doi Moi, le gouvernement vietnamien a ainsi progressivement accordé de plus en plus d'importance au tourisme pour le développement socio-économique du pays.

4.1.2.1.3 La place du tourisme dans la politique actuelle de développement du pays

Cette reconnaissance du rôle important du tourisme continue à inspirer les choix stratégiques, les directives, instructions et décisions les plus récents du gouvernement du Vietnam et de ses ministères subordonnés comme par exemple :

- la Décision N° 2473 / QD-TTg du Premier ministre approuvant la Stratégie de développement du tourisme au Vietnam jusqu'en 2020, vision 2030 (Gouvernement du Vietnam 2011) ;
- le Plan directeur pour le développement du tourisme au Vietnam jusqu'en 2020, vision 2030 (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a) ;
- l'Instruction 18/CT-TTg du 4 septembre 2013 du Premier ministre sur l'amélioration de la gestion de l'environnement touristique, la garantie de la sûreté et de la sécurité des touristes (Gouvernement du Vietnam 2013a) ;
- le Programme d'action national sur le tourisme (2013 – 2030) (Gouvernement du Vietnam 2013b) ;
- le Programme national de promotion du tourisme (2013 – 2030) (Gouvernement du Vietnam 2013c) ;
- la résolution gouvernementale N° 92 / NQ-CP du 8/12/2014 sur « Quelques solutions pour développer le tourisme vietnamien dans la nouvelle ère » (Gouvernement du Vietnam 2014) ;
- la Stratégie de marketing touristique jusqu'en 2020 (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014a) ;
- la Directive 14/CT-TTg du 2/7/2015 sur l'amélioration de l'efficacité de la gestion de l'État, en s'attachant à surmonter les faiblesses et à promouvoir le développement du tourisme (Gouvernement du Vietnam 2015);
- la Stratégie de développement des produits touristiques au Vietnam d'ici 2025, orientation jusqu'en 2030 (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016b).

La résolution du dernier Congrès du Parti qui date de 2016 (XII[e]) répète une nouvelle fois que *« le tourisme devient un secteur économique de pointe »* et *« encourage tous les secteurs économiques à investir dans le développement du tourisme »* (Politburo du Parti du Vietnam 2016). En janvier 2017, le Politburo du Parti communiste central adopte la Résolution N° 08/2017, qui déclare que le tourisme *« constitue une orientation stratégique importante pour le développement du pays, en créant un moteur pour le développement d'autre domaines »* (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.2).

Cette résolution est un changement radical dans la politique touristique du pays dans le sens où elle considère que le développement touristique futur doit se faire en accord avec les principes du tourisme durable : « *le développement du tourisme est étroitement lié à la préservation et à la mise en valeurs culturelles nationales; préserver le paysage, protéger l'environnement; assurer la sécurité nationale, l'ordre social »* (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.2). La même année, l'Assemblée nationale adopte en juin 2017, la loi révisée du tourisme qui stipule que : *« l'État a pour politique de mobiliser toutes les ressources pour le développement du tourisme afin que le tourisme devienne un secteur économique de pointe du pays »* (Assemblée nationale du Vietnam 2017, p.9).

Le gouvernement vietnamien a aussi mobilisé l'ensemble des structures de gouvernance du pays pour participer au développement du tourisme. La Résolution N° 8/2017 énonce que *« le développement du tourisme est la responsabilité de l'ensemble du système politique, de tous les niveaux, de toutes les branches et de la société tout entière, avec le leadership et la direction des comités du Parti à tous les niveaux; pour promouvoir fortement le rôle moteur des entreprises et des collectivités, la gestion unifiée de l'État et mettre l'accent sur les ressources nationales pour le développement du tourisme »* (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.2).

4.1.2.2 Le secteur du tourisme aujourd'hui au Vietnam : une « réussite »

Grâce aux politiques touristiques précitées et à ses atouts naturels et culturels, le Vietnam peut être considéré désormais comme une étoile montante parmi les destinations touristiques en Asie du Sud-Est (ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team, s. d., p.2). *« Le Vietnam est une histoire de réussite touristique »*, a déclaré le secrétaire général de l'OMT en 2012 dans la lettre ouverte de l'OMT et du World Travel and Tourisme Council (WTTC) sur l'importance du tourisme pour la croissance et le développement mondiaux (Organisation mondiale du tourisme 2012).

Selon les statistiques de l'OMT de 2019, le Vietnam est classé au dixième rang des destinations touristiques de croissance la plus rapide au monde en 2018 (le troisième en Asie-Pacifique) avec un taux de croissance de 20,0%. La même année, le pays est classé au troisième rang des 11 pays d'Asie du Sud-Est en nombre d'arrivées des touristes internationaux (Organisation mondiale du tourisme 2019). Le nombre d'arrivées internationales a presque été multiplié par 3,1 entre 2010 et 2018 (cf. Tableau 15).

Tableau 15 : Milliers d'arrivées de touristes internationaux d'Asie du Sud-Est

Rang	Pays	2010	2014	2015	2016	2017	2018	Part d'Asie-Pacifique 2018
1	Thaïlande	15 936	24 810	29 923	32 588	35 381	38 277	11,0%
2	Malaisie	24 577	27 437	25 721	26 757	25 948	25 832	7,4%
3	Vietnam	5 050	7 960	7 944	10 013	12 922	15 498	4,5%
4	Singapour	9 161	11 864	12 052	12 913	13 906	14 673	4,2%
5	Indonésie	7 003	9 435	9 963	11 072	12 948	13 396	3,9%
6	Philippines	3 520	4 833	5 361	5 967	6 621	7 129	2,1%
7	Cambodge	2 508	4 503	4 775	5 012	5 602	6 201	1,8%
8	Laos	1 670	3 164	3 543	3 315	3 257	3 770	1,1%
9	Birmanie	792	3 081	4 681	2 907	3 443	3 551	1,0%
10	Brunei	214	201	218	219	259	278	0,1%
11	Timor-Leste	40	60	61	72	74	75	0,0%
	Total	70 471	97 348	104 242	110 835	120 361	128 680	37,0%

Fait par l'auteur à partir de (Organisation mondiale du tourisme 2019, p.19; 2018, p.16; 2017, p.9)

Selon l'ANTVN, les 10 premiers marchés émetteurs de touristes internationaux au Vietnam en 2018 représentaient 83% du nombre total d'arrivées internationales dans le pays. Les marchés émetteurs les plus importants sont des pays d'Asie du Nord (Chine, Corée du Sud et Japon) : la Chine, dont la part augmente continuellement, pèse à elle seule 32% des arrivées internationales.

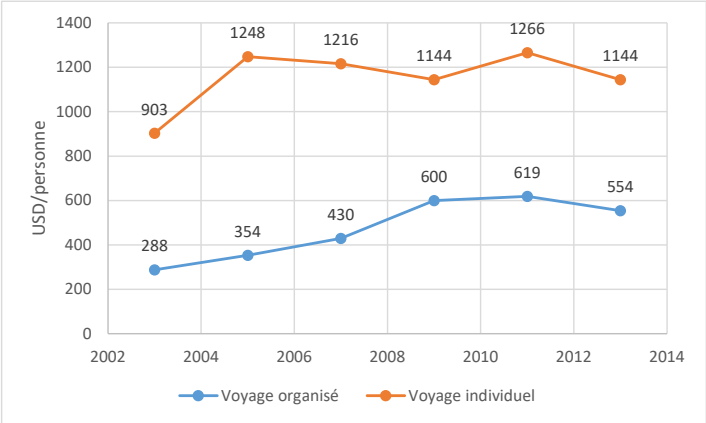
Tableau 16 : Marchés émetteurs de touristes internationaux au Vietnam en 2018

Rang	Pays	Arrivées	Part (%)
1	Chine	4 966 468	32,0
2	Corée du Sud	3 485 406	27,1
3	Japon	826 674	5,3
4	Taïwan	714 112	4,6
5	États-Unis	687 226	4,4
6	Russie	606 637	3,9
7	Malaisie	540 119	3,5
8	Australie	386 934	2,5
9	Thaïlande	349 310	2,3
10	Angleterre	298 114	1,9
11	Autres	12 861 000	17,0
	Total	15 497 791	100,00

Fait par l'auteur à partir de (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2019b).

Bien que le nombre d'arrivées internationales de touristes ait beaucoup augmenté ces dernières années, leurs dépenses étaient peu élevées, en particulier pour ce qui concerne les touristes en voyage organisé (cf. Figure 8). La raison avancée est que les possibilités d'achat sur place sont limitées.

Figure 8 : Dépense moyenne des touristes internationaux par séjour au Vietnam

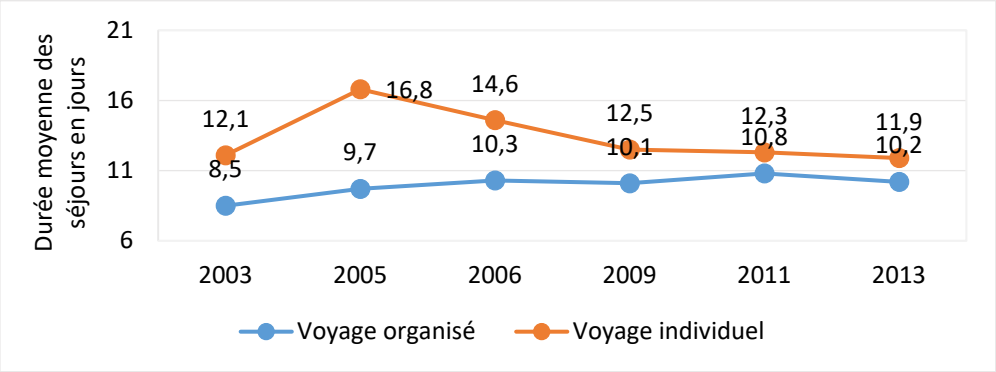


Fait par l'auteur à partir de (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2017, p.25,27)

Par ailleurs, il ressort que la dépense moyenne d'un touriste chinois par séjour n'est que de 638 USD. Cette dépense moyenne est moins que celle d'un touriste d'autres marchés (943,8 USD/personne) en 2017 alors même qu'ils représentent presque le tiers des arrivées internationales (Gia Viet 2017).

Selon l'enquête du Bureau des statistiques générales du Vietnam sur la période 2003 – 2013, la durée moyenne des séjours est inférieure pour les touristes en voyage organisé. La Figure 9 montre également que le nombre moyen de jours d'un touriste international en voyage individuel par séjour a tendance à diminuer ; par contre, celui en voyage organisé par séjour a tendance à augmenter.

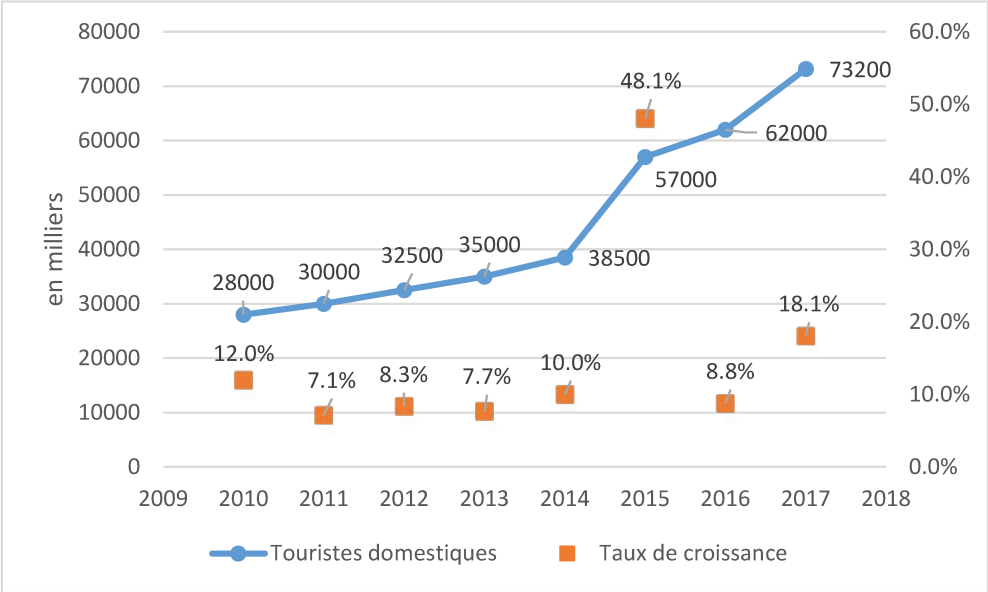
Figure 9 : Le nombre moyen de jours d'un touriste international par séjour au Vietnam



Fait par l'auteur à partir de (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2017, p.10)

Le nombre des touristes domestiques a augmenté dans des proportions similaires à celui des touristes internationaux sur la période 2010-2017 : il a été multiplié par 2,6, passant de 28 millions à plus de 72 millions, ce qui correspond à un taux de croissance annuel moyen de 14,7% (cf. Figure 10).

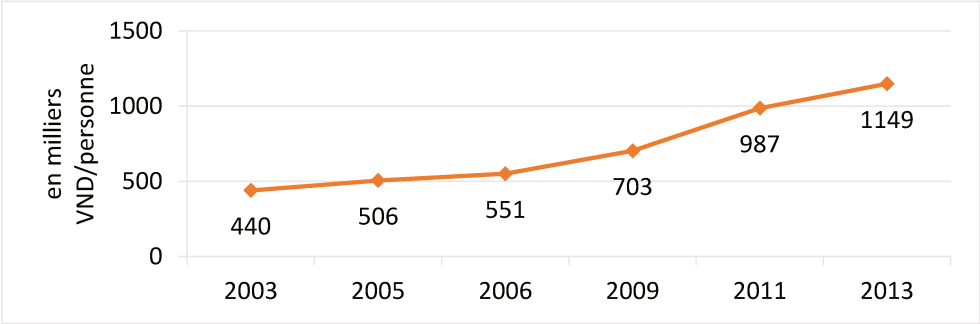
Figure 10 : Evolution du nombre de touristes domestiques



Fait par l'auteur à partir de (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2018b)

Cette croissance est le signe d'un développement économique rapide du pays se traduisant par une hausse du pouvoir d'achat des Vietnamiens mais aussi d'un temps de loisir en augmentation (T. L. Le 2008, p.111). La Figure 11 montre que la dépense quotidienne moyenne d'un touriste domestique en voyage individuel ne cesse d'augmenter sur la période 2003 – 2013. Elle a abouti à 1 149 000 VND (environ 45€) par jour en 2013.

Figure 11 : Dépense quotidienne des touristes domestiques individuels au Vietnam



Fait par l'auteur à partir de (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2017, p.19)

La dépense moyenne d'un touriste domestique en voyage organisé pour la période 2003 – 2013 est entre 600 000 VND et 1 600 000 VND par séjour ou entre 130 000 VND et 350 000 VND par jour. Cette somme est principalement dépensée pour l'achat des biens et des cadeaux. Elle est en hors de forfait voyage (le transport, la nourriture, l'hébergement et la visite…) (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2017, p.20).

La forte croissance du nombre d'arrivées internationales et des touristes domestiques a eu un effet incitatif sur le secteur de l'hébergement au Vietnam, lequel est en plein essor, à la fois quantitativement et qualitativement (Savills Vietnam 2017, p.6). Le nombre d'hôtels a été

presque multiplié par 2,3 en 2010 et 2018 ans pour un taux d'occupation variant entre 54% et 69% selon les années (cf. Tableau 17).

Tableau 17 : Nombre d'hôtels et de chambres pour la période 2010-2018

Année	Nombre d'hôtels	Taux de croissance	Nombres de chambres	Taux de croissance	Taux d'occupation
2010	12 352	7,7%	237 111	9,4%	58,3%
2011	13 756	11,4%	256 739	8,3%	59,7%
2012	15 381	11,8%	277 661	8,1%	58,8%
2013	…	…	…	…	…
2014	16 000	…	332 000	…	69,0%
2015	19 000	18,7%	370 000	11,4%	55,0%
2016	21 000	10,5%	420 000	13,5%	57,0%
2017	25 600	21,9	508 000	21,0%	56,5%
2018	28 000	9,0%	550 000	8,0%	54,0%

Source : (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2019a)

L'ouverture depuis 2013 d'une série d'hôtels et de resorts de luxe de 4 ou 5 étoiles (Grand Plaza Hanoï, Novotel, Havana, Intercontinental, The Grand Ho Tram Strip, Muong Thanh, Mariott, Laguna etc.) a contribué à transformer fondamentalement le paysage hôtelier du Vietnam (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b, p.5). Selon les statistique de l'ANTVN de 2019, il y a environ 965 hôtels classés de 3 à 5 étoiles pour 126 734 chambres, soit 23% du nombre total de chambres disponibles ; le reste se trouvant dans des hôtels de une ou deux étoiles) ou des maisons d'hôtes (cf. Tableau 18). Ho Chi Minh Ville présente la plus grande offre hôtelière au Vietnam avec environ 16 000 chambres de trois à cinq étoiles, soit environ 70% de plus que Hanoï. Par ailleurs, des établissements hôteliers haut de gamme apparaissent rapidement à Da Nang, Nha Trang, Cam Ranh et Phu Quoc (Savills Vietnam 2017, p.6).

Tableau 18 : Hôtels et chambres selon le classement en 2018

	Hôtels	Chambres	% de chambres
5 étoiles	152	51 810	9,0%
4 étoiles	276	36 754	7,0%
3 étoiles	537	38 170	7,0%
Autres	27 035	423 266	77,0%
Ensemble	28 000	550 000	100%

Fait par l'auteur à partir de (Administration nationale du Tourisme du Vietnam 2019a)

Le Vietnam est membre de l'OMT depuis 1981, du Pacific Asia Travel Association (PATA) depuis 1989 et de l'Association du tourisme de l'ASEAN depuis 1996. Le pays a établi et développé la coopération touristique avec ses voisins, les pays de l'ASEAN et plusieurs pays dans le monde entier. Il est possible de lister 43 accords bilatéraux de coopération touristique signés par le Vietnam avec des pays qui sont des marchés touristiques clés et un accord de coopération touristique multilatérale avec l'ASEAN.

Le pays participe activement aux coopérations touristiques de sous-régions, de régions, d'inter-régions et du monde. Il entretient aussi des relations avec un millier d'agences de voyages dans 60 pays, parmi lesquelles figurent les grands groupes internationaux. Grâce à cela, le Vietnam a profité de capitaux, d'expériences, de technologies, de touristes,… permettant un développement des ressources humaines du pays, une promotion du tourisme et une intégration rapide dans le marché touristique mondial (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.43-44).

La promotion touristique s'est faite dans le cadre des différents programmes d'action national sur le tourisme (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.40) et sous la forme de campagnes promotionnelles portant différents intitulés : *« Vietnam Destination for the New Millennium »* en 2000, *« Vietnam - The hidden charm »* pour les plans 2002-2005 et 2006-2010. Le titre du Programme national de promotion du tourisme 2012-2016 est *« Vietnam - Timeless Charm »* (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b, p.7).

La promotion de la destination par l'Etat se fait aussi sur les grandes chaînes de télévision du monde telles que CNN, Discovery (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.41) ou en participant aux grands salons internationaux du tourisme à Berlin, Londres, Paris, Singapour, Tokyo, Pékin, Moscou, etc. Dans le pays, de nombreuses activités de promotion touristique sont organisées à travers les semaines touristiques, les foires touristiques, les festivals culinaires etc. (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a; 2014a).

La formation et le développement des ressources humaines du tourisme au cours des dernières années ont permis de réduire progressivement les faiblesses du secteur. Grâce à des financements du Luxembourg et de l'Union européenne, des enseignants et des formateurs ont été formés et les programmes de formation ont été achevés, en particulier selon 13 normes de compétences professionnelles qui sont désormais appliquées dans le secteur du tourisme (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.44).

4.1.2.3 Les apports du tourisme au développement national

Au cours des dernières années, le tourisme est devenu un secteur économique important au Vietnam. Il a contribué à la transformation de la structure économique nationale (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.28). Le taux de croissance annuelle moyenne du revenu touristique total a atteint 19,64%, passant de 149 753 milliard VND en 2013 à 294 660 milliards VND en 2017, sa contribution directe a été de 4,6% en 2013 à 5,9% en 2017 dans le PIB national. Le tourisme a aussi généré 4 061 000 d'emplois, représentant 7,6% d'emploi total, dont 2 467 500 étaient des emplois directs, représentant 4,6% en 2017 (cf. Tableau 19).

Tableau 19 : Contribution du tourisme entre 2013 et 2017

Contribution		2013	2014	2015	2016	2017
directe au PIB	mds (VND)	149 753	182 066	279 287	207 798	294 660
	mds (USD)	…	…	…	9,3	13,0
	(%)	4,6	4,6	6,6	4,6	5,9
totale au PIB	mds (VND)	311 117	367 238	584 884	410 008	468 291
	mds (USD)	…	…	…	18,4	20,6
	(%)	9,6	9,3	13,9	9,1	9,4
directe à l'emploi	Milliers	1 899	1 963	2 783	1 959	2 467
	(%)	3,7	3,7	5,2	3,6	4,6
totale à l'emploi	Emplois	4 071	4 088	6 035	4 003	4 061
	(%)	7,9	7,7	11,2	7,3	7,6

Fait par l'auteur à partir de (World Travel & Tourism Council 2018; 2017; 2016b; 2015; 2014)

Le tourisme est également perçu comme un outil permettant de renforcer les liens entre de nombreux secteurs de l'économie nationale tels que les transports, le commerce, la construction, l'agriculture, etc. (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.27) et il a contribué de manière importante à la réduction de la pauvreté, notamment dans les régions rurales (V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a).

Lorsque le tourisme se développe, le niveau de vie des habitants s'améliore progressivement grâce à la consommation sur place en biens et services locaux, créant ainsi davantage d'opportunités d'emploi pour les résidents locaux (V. D. Truong, Hall, et Garry 2014). Le tourisme a également revitalisé de nombreux festivals folkloriques et l'artisanat traditionnel tout en élargissant les activités d'échanges culturels entre les régions et les nations (V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a).

4.1.2.4 Les lacunes du tourisme du Vietnam

Depuis la politique de rénovation économique du Vietnam et son intégration dans l'économie mondiale en 1986, le tourisme a beaucoup progressé et connu un certain succès, contribuant à l'amélioration de la situation socio-économique du pays. Cependant, sa compétitivité touristique actuelle reste encore faible par rapport à celle d'autres pays de la région et du monde selon le classement effectué par Crotti et Misrahi en 2015, lequel évalue la compétitivité du tourisme de 141 économies, à partir de quatre indicateurs principaux (environnement touristique, politique de développement touristique, infrastructures touristiques, ressources touristiques naturelles et humaines). Le Vietnam n'est classé qu'au rang 75 sur 141 pays, et est 7ème sur les 9 pays évalués de l'ASEAN (cf. Tableau 20).

Tableau 20 : La compétitivité du tourisme au Vietnam

Pays	Environ-nement touristique	Politiques de développement touristique	Infrastructures touristiques	Ressources touristiques (naturelle et humaine)	Rang mondial	Rang régional (ASEAN)
Singapour	5	1	5	40	11	1
Malaisie	40	24	41	24	25	2
Thaïlande	74	49	37	21	35	3
Indonésie	80	9	75	17	50	4
Cambodge	105	64	113	82	68	5
Philippines	90	17	82	56	74	6
Vietnam	73	112	94	33	75	7
Laos	84	80	100	94	96	8
Birmanie	131	136	137	87	134	9

Fait par l'auteur à partir de (Crotti et Misrahi 2015)

Certains auteurs considèrent que le tourisme n'a pas encore pleinement exploré son énorme potentiel pour une croissance plus rapide et durable (T. K. C. Nguyen et Ha 2012, p.1) du fait de grandes lacunes.

La première lacune est la capacité du secteur public à planifier, commercialiser et développer efficacement le tourisme (Politburo du Parti du Vietnam 2017; Crotti et Misrahi 2015; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b) comme le montre le faible classement du pays selon le critère de politiques de développement touristique (112 sur 141 pays).

La deuxième lacune concerne les ressources humaines. Le personnel travaillant dans le secteur est faible en compétence et manque quantitativement (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.1). De plus, il est inégalement réparti dans tout le pays et entre les professions du tourisme. La plupart des travailleurs formés travaillent dans les grandes villes touristiques du pays, tandis qu'il y a une pénurie de travailleurs qualifiés dans les régions reculées et isolées (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013a, p.44). Par rapport à la concurrence dans la région, les manques se rapportent à la qualité de service, aux compétences en gestion, en langues étrangères et en adaptation à une clientèle internationale (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016b, p.7).

La troisième lacune porte sur la qualité des produits touristiques qui se limitent souvent à la simple exploitation des ressources touristiques (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014a, p.7). Ils sont caractérisés par une monotonie largement répandue dans tout le pays ne permettant pas de satisfaire les attentes de marchés différents (Politburo du Parti du Vietnam 2017; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b).

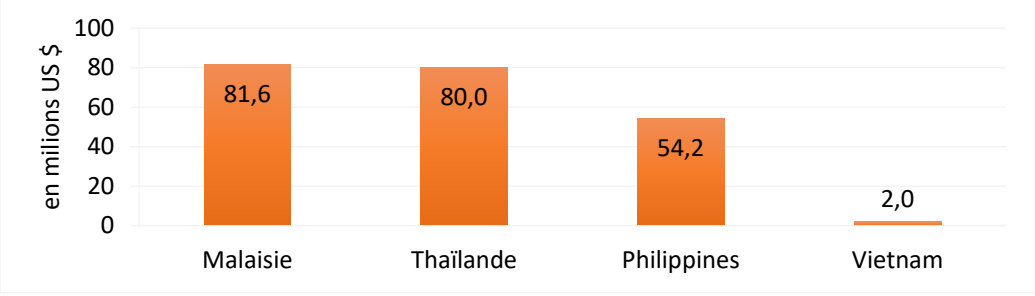
La quatrième lacune est l'environnement touristique (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.1; Crotti et Misrahi 2015; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014b).

Dans certaines destinations touristiques typiques telles que la baie d'Ha Long, l'île de Cat Ba, Hué, Da Nang, Nha Trang ou Vung Tau, la surexploitation touristique sans discernement nuit à la qualité de l'expérience vécue par le touriste et affecte négativement l'environnement socio-culturel sous la forme de perte de culture traditionnelle, de modifications des festivals traditionnels (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016b, p.6).

La cinquième lacune concerne les infrastructures touristiques, et notamment de transport, qui ne sont pas optimales et ne permettent pas d'accéder aux régions éloignées, montagneuses et insulaires. Le système de lieux de divertissement, d'arrêts touristiques sont pauvres (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016b, p.6). La sécurité routière est un cauchemar pour la plupart des touristes internationaux. Selon l'enquête du Bureau des statistiques générales du Vietnam (2003 – 2013), 39% des touristes internationaux ont une mauvaise impression de la sécurité routière lors de leur visite au Vietnam (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2017, p.15). Et selon l'indice de compétitivité de l'infrastructure touristique, le Vietnam se classe au 94ème rang sur 141 pays (Crotti et Misrahi 2015).

La sixième lacune est la promotion et le marketing touristique. La promotion du tourisme présente de nombreuses limites en termes de ressources, de coordination et de professionnalisme (Politburo du Parti du Vietnam 2017, p.1). Des études de marché sont menées mais de manière insuffisante pour servir au développement de produits, à la promotion et au développement de marque touristique. Pour plusieurs raisons comme par exemple, le manque de moyens par rapport à d'autres pays (cf. Figure 12), le contenu et les formes d'activités de promotion du tourisme dans les pays étrangers, en particulier la participation à des foires internationales de voyages, les programmes de destination sont monotones et manquent de professionnalisme (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2014a, p.7). Cela s'explique par le manque de fonds publics pour le développement du tourisme et les activités de promotion, en comparaison des autres pays de la région.

Figure 12 : Budget de promotion touristique par pays en 2016

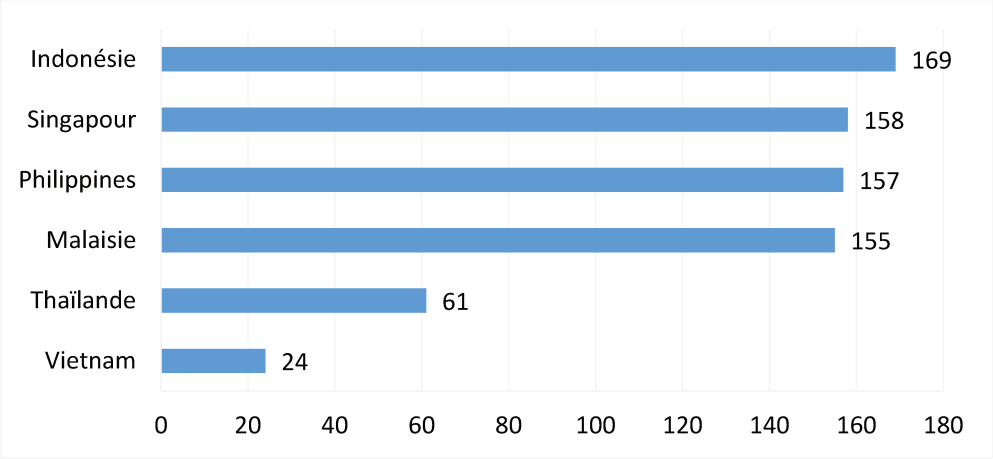


Source : (Schoen et Pham 2017, p.21)

Enfin, à l'image de nombreux pays du monde, le Vietnam considère le visa comme un instrument politique de sécurité nationale et de défense, permettant d'autoriser ou de refuser

l'entrée aux étrangers. Mais, les procédures de visa peuvent être un obstacle pour le développement touristique du pays (T. B. V. Tran et al. 2015, p.287). Par exemple, une nouvelle entrée sans visa ne peut avoir lieu qu'après 30 jours, ce qui complique le voyage des touristes. En outre, le visa à l'arrivée est différent de celui des autres pays, car les touristes doivent apporter une lettre d'approbation du Département de l'immigration (Schoen et Pham 2017, p.25). Si l'on compare certains pays de l'ASEAN, la politique de visas du Vietnam est jugée stricte parce qu'elle n'exempte que 24 pays. Ce nombre est de 61 pays en Thaïlande, 155 pays en Malaisie, 158 pays à Singapour et de 169 pays pour l'Indonésie. (cf. Figure 13). Selon l'indicateur de la compétitivité en matière de visa publiée dans le rapport « The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 », le Vietnam se situe dans le dernier groupe : 116 sur 136 pays étudiés (Crotti et Misrahi 2017, p.342).

Figure 13 : Pays exemptés de visa au Vietnam et chez quelques voisins en 2018



Source : (An Yen 2018)

4.1.3 Le homestay, une nouvelle forme touristique au Vietnam

4.1.3.1 L'apparition du tourisme homestay

Au Vietnam, l'origine du tourisme homestay remonte aux projets de tourisme communautaire, initiés dans le nord par des ONGs dans les années 1980 (T. H. C. Pham et Ngo 2017; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; T. H. Bui et Nguyen 2007). Le homestay a aussi été un élément des projets d'écotourisme communautaire dans les parcs nationaux (L. Tran et Walter 2014).

Actuellement, le homestay reste une forme d'hébergement dans nombre de projets de tourisme communautaire au Vietnam soutenus par des ONGs internationales et des agences de développement (SNV - Netherlands Development Organization, AECI - Spanish Development Agency, IUCN - International Union for Conservation of Nature, FFI - Fauna and Flora International, WWF - World Wildlife Fund) (T.-A. Le, Weaver, et Lawton 2016, p.168-169).

Ce type de tourisme peut se retrouver dans tout le pays, quel que soit le type d'espace géographique, en particulier dans la région montagneuse du nord-est comme à Sapa (Lao Cai), Mai Chau (Hoa Binh), Bac Can et Cao Bang, dans le centre comme à Cu Lao Cham, Hoi An (Quang Nam) ainsi qu'à Hué etc. (SNV Vietnam 2011, p.22) et dans le delta du Mékong (Linh Tam 2016).

4.1.3.2 Caractéristiques du tourisme homestay au Vietnam

Au Vietnam, dans les médias, le homestay est un thème « à la mode » mais il constitue un champ de recherche encore récent et balbutiant. Jusqu'à présent, peu d'études portent exclusivement sur le tourisme homestay (T. V. Nguyen et Vo 2018; T. V. Bui 2014; V. C. Nguyen et Duong 2014; Q. N. Nguyen 2013a; 2013b; Q. V. Nguyen 2013).

Plus nombreuses sont celles qui portent sur différentes formes de tourisme (écotourisme, tourisme communautaire, tourisme culturel, tourisme ethnique, etc…) tout en évoquant le homestay comme un élément clé (M. H. Pham et Ju-Hee 2017; Cohen 2016; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; T. T. Q. Le et Pinraj 2015; V. D. Truong et Hall 2015; L. Tran et Walter 2014; V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; Dinh et Yos 2013; Nate-Chei 2011; L. H. Pham et Kayat 2011; T. M. H. Pham et Lam 1999). La plupart des études se concentrent sur le district de Sapa (Lao Cai) dans le Nord du Vietnam (Cohen 2016, La; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. D. Truong et Hall 2015; V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; L. Tran et Walter 2014; Dinh et Yos 2013; T. M. H. Pham et Lam 1999).

Beaucoup suggèrent que le homestay n'est plus seulement une forme d'hébergement au Vietnam (Khanh Hai 2012) mais constitue un produit touristique complet qui comprend l'hébergement, la restauration, le divertissement, le shopping, la visite locale etc. (Hoang 2013). D'autres mettent l'accent sur le fait que le homestay permet aux touristes de vivre avec les membres de la famille d'accueil et les populations locales, à travers des activités collectives, prenant connaissance des valeurs de la vie et de la culture des destinations visitées (Khanh Hai 2012).

Pour (V. C. Nguyen et Duong 2014), le homestay est un type de tourisme qui permet aux touristes d'explorer la culture autochtone à travers de la vie, le travail et l'interaction directe avec les peuples autochtones. Et selon la définition présente dans le manuel des opérations du homestay au Vietnam, le homestay combine normalement un hébergement familial de base dans une maison traditionnelle avec des repas, une représentation culturelle, des visites locales et l'achat d'objets d'artisanat (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2013b, p.3).

Cependant, les textes juridiques comme la Loi du tourisme (2005), la Circulaire 88/2008/TT-BVHTTDL (2008), même la Loi révisée du tourisme (2017) considèrent toujours le homestay comme un type d'hébergement (Assemblée nationale du Vietnam 2017; 2005; Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2008). La dernière définition de ce type est

que la maison est équipée d'installations pour les touristes à louer dans le but de logement, les touristes vivent avec la famille d'accueil (Ministère de la science et de la technologie du Vietnam 2017, p.5).

C'est la raison pour laquelle, la gestion d'un homestay se fait dans le cadre de la loi sur les entreprises. En outre, le homestay est régie par la loi du tourisme et le décret-loi sur les voyages et l'hôtellerie (SNV Vietnam 2011, p.10).

Contrairement à d'autres pays où ont été mis en place des programmes nationaux de développement de homestays depuis longtemps comme en Malaisie (1988), au Népal (1997) et en Thaïlande (2005) (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Salleh et al. 2014; Acharya et Halpenny 2013), le Vietnam n'a pas encore de programme national et de politique spécifique pour le développement de homestays.

Pourtant, les autorités du pays s'y intéressent de plus en plus. En effet, le homestay est cité comme un des produits touristiques prioritaires à développer dans le groupe des produits touristiques culturels dans le Projet de la stratégie du développement du produit touristique du Vietnam jusqu'en 2025, orientation jusqu'en 2030 dans le but d'encourager le développement des régions isolées (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016c, p.3) et il est aussi cité comme un des quatre modèles touristique typiques du Vietnam par l'ANTVN dans le Projet du développement du tourisme communautaire en combinant la réduction de la pauvreté et la transformation de la structure économique rurale jusqu'en 2020 (Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2015, p.80).

Les homestays au Vietnam sont principalement assurés par les familles. Les familles d'accueil offrent généralement un hébergement de base et des repas, certains offrent également des spectacles culturels et des visites locales. Beaucoup de familles sont issues de minorités ethniques, en particulier dans la région montagneuse du nord-est. Les tour-opérateurs locaux dominent le marché et déterminent le plus souvent le choix du homestay par les clients. Ainsi, les propriétaires des homestays doivent collaborer avec ces tour-opérateurs qui leur fournissent la plupart de leurs clients.

Dans certaines régions, il existe des conseils de gestion du tourisme communautaire qui gèrent un système de rotation entre les familles accueillant les touristes. Néanmoins, de nombreux tour-opérateurs passent outre et choisissent le homestay qu'ils veulent. Les entrepreneurs de homestay en général n'ont pas la capacité de se vendre directement aux visiteurs ou aux voyagistes (SNV Vietnam 2011, p.22).

Dans un sondage sur la clientèle des homestay menée en 2011 par High Impact Tourism Training, un certain nombre de points forts ressortent : l'interaction avec les hôtes, la rencontre d'autres visiteurs, la visite de village, la nourriture, cuisiner et manger avec la famille.

En général, le homestay du Vietnam a été bien apprécié par ses visiteurs, en particulier l'attitude des hôtes, la chaleur de l'accueil et la propreté générale. Cependant, les clients ont

aussi fait part de manques sur l'absence de disponibilité d'aliments et de boissons, la qualité des installations de douche et de salle de bain et l'absence de notions en anglais (SNV Vietnam 2011, p.22-23).

Les ONGs ont joué et jouent un rôle important dans la mise en place et le développement de homestays au Vietnam. Elles fournissent non seulement un support financier mais aussi des conseils et des formations aux opérateurs de homestay. Si les résultats sont généralement positifs au départ de leur intervention, cependant il est fréquent que des difficultés et des échecs surviennent dès le départ des ONGs.

Les femmes sont souvent très actives dans la gestion des homestays. Les membres plus jeunes de la famille sont également souvent impliqués dans la cuisine et le housekeeping (normalement les femmes) ainsi que dans le guidage et l'entretien (normalement les hommes) (SNV Vietnam 2011, p.22).

Les entrepreneurs de homestay possèdent généralement les compétences de base requises pour l'accueil, mais ont tendance à être moins au fait des exigences spécifiques pour l'accueil des visiteurs étrangers, notamment la cuisine vietnamienne « occidentalisée », les normes concernant la literie, l'hygiène et maitrisent peu l'anglais. Les compétences acquises par les entrepreneurs de homestay peuvent leur servir pour intégrer le secteur classique de l'hébergement sur des postes de base (ménage, cuisine) ou l'accompagnement d'excursions (guide touristique) (SNV Vietnam 2011, p.35).

Les entrepreneurs, en particulier ceux qui sont issus de minorités ethniques, ont généralement fait peu d'études. Cela affecte leur capacité à mettre en œuvre des stratégies pour mieux accéder au marché et développer des opportunités génératrices de revenus alternatives telles que la vente de snacks, de boissons, d'objets artisanaux et de visites de villages (SNV Vietnam 2011, p.35).

Après plus de 20 ans du développement, le tourisme homestay a non seulement joué un rôle important dans les projets du tourisme communautaire ou d'écotourisme mais aussi eu des effets socio-économiques concernant le développement des localités concernées (V. C. Nguyen et Duong 2014).

Du point de vue économique, selon plusieurs auteurs, le tourisme homestay a permis la création de revenus supplémentaires, d'opportunités d'emploi pour des familles pauvres, en particulier dans les régions montagneuses du Vietnam, participant ainsi au programme local de réduction de la pauvreté (M. H. Pham et Ju-Hee 2017; Cohen 2016; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. D. Truong et Hall 2015; T. T. Q. Le et Pinraj 2015; V. C. Nguyen et Duong 2014; L. Tran et Walter 2014; V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; Dinh et Yos 2013; Q. N. Nguyen 2013b; 2013a; Nate-Chei 2011; L. H. Pham et Kayat 2011; T. M. H. Pham et Lam 1999).

Le développement de ce type touristique a également attiré des investisseurs tant dans le tourisme que dans les transports, les écoles, les villages artisanaux etc. (V. C. Nguyen et Duong 2014).

Du point de vue culturel, le tourisme homestay a permis pour les résidents locaux : l'accroissement de la fierté et de l'appréciation de leur communauté, la préservation des festivals traditionnels, la promotion des échanges culturels dans la communauté locale, le maintien de la cuisine traditionnelle et de l'authenticité des maisons anciennes et la revitalisation des modes de vie traditionnels (T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; T. T. Q. Le et Pinraj 2015; V. C. Nguyen et Duong 2014; Dinh et Yos 2013; Q. N. Nguyen 2013a; 2013b; Nate-Chei 2011; L. H. Pham et Kayat 2011; T. M. H. Pham et Lam 1999).

Du point de vue social, le tourisme homestay influence positivement les entrepreneurs de homestay et leur communauté (M. H. Pham et Ju-Hee 2017; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. C. Nguyen et Duong 2014; L. Tran et Walter 2014; V. D. Truong, Hall, et Garry 2014; Q. N. Nguyen 2013a; L. H. Pham et Kayat 2011; T. M. H. Pham et Lam 1999).

Par exemple, le tourisme homestay offre aux résidents des occasions d'interagir avec le monde extérieur par le contact avec les touristes (T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. C. Nguyen et Duong 2014) ; il arrive que les enfants qui travaillent dans les homestays bénéficient de formations et leurs parents peuvent disposer de prêts bancaires avec un intérêt faible ou nul ; des femmes et leurs enfants peuvent aussi acquérir des notions d'anglais (Truong, Hall, et Garry 2014, p.1083).

Le tourisme homestay apporte aussi aux femmes (en particulier aux femmes ethniques) une plus grande confiance en soi, plus d'engagement et de portée dans les activités communautaires, et l'adoption de nouveaux rôles de leadership dans l'arène politique locale (L. Tran et Walter 2014, p.128). En plus, les relations sociales dans la communauté sont aussi améliorées (Q. N. Nguyen 2013a, p.67) et la connaissance générale de la communauté est améliorée et élargie (Q. N. Nguyen 2013b, p.14).

Du point de vue environnemental, le tourisme homestay contribue à l'amélioration environnementale (M. H. Pham et Ju-Hee 2017; T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. C. Nguyen et Duong 2014; Q. N. Nguyen 2013a; L. H. Pham et Kayat 2011; T. M. H. Pham et Lam 1999). Par exemple, le tourisme homestay contribue à la protection et à la réhabilitation des ressources forestières locales (T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016; V. C. Nguyen et Duong 2014; T. M. H. Pham et Lam 1999) car la population locale exploite de moins en moins de ressources forestières grâce à l'activité touristique. Le développement du tourisme homestay a aussi contribué à l'amélioration du cadre de vie local (Q. N. Nguyen 2013a). En plus, le développement du tourisme homestay contribue de plus en plus à la diversification du produit touristique dans certaines localités et augmente la compétitivité avec les pays voisins (Tan Phong 2015; V. C. Nguyen et Duong 2014).

Cependant, le tourisme homestay n'est pas une baguette magique capable d'apporter toutes les solutions, nombre des effets positifs évoqués plus haut sont fragiles, pas nécessairement systématiques et de plus, il a aussi des impacts négatifs, notamment socio-culturels. L'influence négative la plus fortement exprimée est la modification de la culture traditionnelle

(l'architecture de la maison, les tenues vestimentaires traditionnelles) ; mais sont aussi largement citées l'agressivité des vendeurs, la spéculation foncière et la dépendance excessive vis-à-vis du tourisme (T.-A. Le, Weaver, et Lawton 2016, p.175).

D'autres auteurs mettent l'accent sur le processus de marchandisation culturelle qui érode graduellement les valeurs culturelles (Dinh et Yos 2013). Le tourisme homestay a également causé la rupture des structures sociales traditionnelles, le manque de main-d'œuvre agricole et le changement dans la structure familiale (T. T. Q. Le et Pinraj 2015). Le tourisme a aussi pour conséquence que les populations ethniques négligent progressivement les activités économiques traditionnelles, en particulier l'agriculture, car elles peuvent gagner de l'argent rapidement en accédant au marché touristique (Dinh et Yos 2013).

Il peut aussi y avoir une concurrence malsaine entre homestays qui mène à des conflits entre les membres de la communauté (V. D. Truong et Hall 2015, p.126). D'après (Dinh et Yos 2013), le tourisme homestay peut nuire à l'environnement en raison de l'utilisation d'animaux sauvages pour l'alimentation des touristes. Cela entraîne un risque de ressources naturelles et de déséquilibre écologique.

4.2 Panorama touristique du delta du Mékong, Vietnam

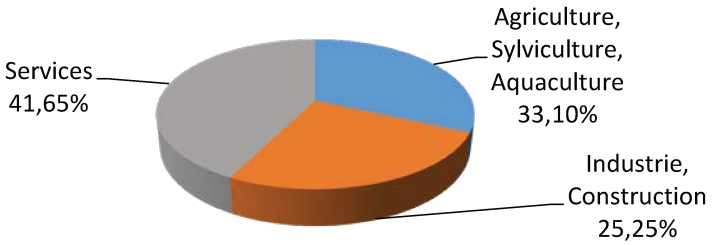
Le delta du Mékong, *đồng bằng sông Cửu Long* en vietnamien, littéralement en français *« delta des neuf dragons »*[10], est une région administrative du Sud du Vietnam couvrant une superficie de 40 816,3 km² (soit 13% de la superficie du pays) (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2016a, p.42) et subdivisée en douze provinces (An Giang, Ben Tre, Bac Lieu, Ca Mau, Dong Thap, Hau Giang, Kien Giang, Soc Trang, Long An, Tien Giang, Tra Vinh et Vinh Long) et une municipalité (Can Tho). La région est bordée au Nord-Est par Ho Chi Minh Ville et le Sud-est du Vietnam ; au Nord-Ouest par le Cambodge ; au Sud-Ouest par le golfe de Thaïlande et au Sud-Est par la mer de l'Est (mer de Chine).

C'est une région de production agricole essentielle du pays, produisant plus de 50% de la production totale de riz, 60% de la production totale aquacole et 70% de la production fruitière, contribuant chaque année à plus de 90% des exportations de riz et à 80% des exportations de la production aquacole (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.16; N. N. A. Pham 2014, p.105).

Au cours de la période 2011 - 2015, le taux de croissance moyenne économique de la région a été estimé à 8,9% par an. Cependant, la transformation de la structure économique vers l'industrialisation est encore lente. Le secteur de l'agriculture-sylviculture-aquaculture représente encore une grande proportion (33,10%) des activités économiques comme le montre le graphique ci-dessous.

[10] En arrivant au Vietnam, le Mékong entre en mer de l'Est par neuf estuaires (Tieu, Dại, Ba Lai, Ham Luong, Co Chien, Cung Hau, Dinh An, Bassac et Tran De). Actuellement, les estuaires de Ba Lai et Bassac sont gorgés par des sédiments.

Figure 14 : Structure économique du delta du Mékong en 2015



Auteur à partir de (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.16)

En 2015, le PIB par habitant a été estimé à 40,27 millions VND (1 794,32 US$)[11] (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.16). Le taux moyen de pauvreté de la région était de 6,5% (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2016a, p.379) mais ce taux pouvait passer à 20 - 25% dans les zones reculées (Royal HaskoningDHV et Wageningen University 2013, p.28).

Actuellement, la région est confrontée à des défis majeurs tels que des inondations, des intrusions salines sévères, des sols contaminés par l'alun (Bureau des statistiques générales du Vietnam 2016a, p.17; Royal HaskoningDHV et Wageningen University 2013, p.27) et aussi à l'instabilité des marchés et aux imprévisibilités de la nature (Doan et Bui 2012, p.263). Par conséquent, la production agricole est souvent bouleversée et le niveau de vie des habitants reste précaire (Royal HaskoningDHV et Wageningen University 2013, p.27; Q. D. Bui 2009, p.28). Dans ce contexte, de nombreux agriculteurs, en particulier les jeunes migrent dans les villes industrielles telles que Ho Chi Minh Ville, Binh Duong, Dong Nai et soit intègrent le secteur du commerce, soit travaillent pour de petites entreprises, soit pour les femmes, deviennent femmes de ménage ou « baby-sitters » (Q. D. Bui 2009, p.28).

Conscientes de ces difficultés, les provinces de la région ont commencé à faire attention à l'importance du tourisme ces dernières années, envisageant cette activité comme un moteur permettant la diversification de l'économie et le développement général de la région.

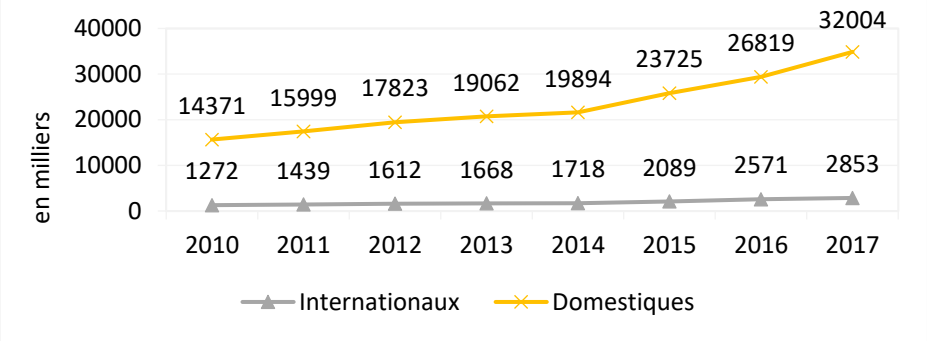
Donc, le Projet de développement du tourisme du delta du Mékong jusqu'en 2020 » a été approuvé par le Ministère de la culture, des sports et du tourisme. Son optique de développement est la suivante : *« transformer le tourisme en un secteur économique important contribuant très positivement au développement du pays, au processus de la transformation économique, aux efforts de la réduction de la pauvreté pour le peuple, au maintien de la sécurité, de la défense, et à la diversification des produits touristiques du pays, au renforcement de la position du secteur touristique se basant sur l'exploitation efficace et durable des avantages de la position géographique, des ressources de la région »* (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2010).

[11] Note : Selon le taux de change interbancaire du 27 mars 2018 : 1 USD = 22 443 VND (https://www.sbv.gov.vn)

Un document plus récent portant sur le développement de produits touristiques spécifiques dans le delta du Mékong envisage le tourisme fluvial, le tourisme homestay, le tourisme culturel et l'écotourisme comme des produits touristiques à développer dans la région (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2015).

Grâce à ces nouveaux projets touristiques et à la richesse des ressources touristiques, le nombre de touristes augmente régulièrement, faisant de cette région l'une des plus fortes croissances de fréquentation touristique depuis quelques années avec un taux de plus de 10% par an (Dang 2014, p.135, 139). En 2017, la région a accueilli 2 853 000 touristes internationaux et 32 004 045 touristes domestiques. Le graphique suivant présente l'évolution des arrivées de touristes domestiques et étrangers durant la période 2010-2017, à partir du bilan dressé par l'Association du tourisme du delta du Mékong.

Figure 15 : Nombre d'arrivées de touristes dans le delta du Mékong (2010-2017)



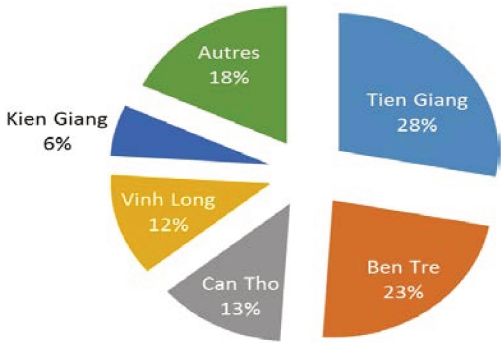
Fait par l'auteur à partir de (Association du Tourisme du delta du Mékong 2018)

Remarquons tout de même que le marché des touristes internationaux de la région n'a pas beaucoup évolué au cours des dernières années. Les touristes d'Europe de l'Ouest correspondent à 21% - 25% du total quand les touristes d'Asie du Nord-Est sont à 21-22%, les touristes d'Amérique du Nord à 5-6%, ceux d'Australie à 5% et les touristes d'Asie du Sud-Est à 2-3%.

Les touristes chinois sont plus nombreux, notamment après l'ouverture de vols directs de Guangzhou à Phu Quoc (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.45). Cependant, 82% des touristes internationaux se concentrent dans 5 des 12 provinces et d'une ville (cf. Figure 16), les plus accessibles en transport depuis Ho Chi Minh Ville et celles où il y a des produits touristiques typiques, et notamment des homestays.

Le développement socio-économique stable du pays ainsi que l'amélioration considérable du niveau de vie par rapport aux années précédentes a poussé la demande de voyages domestiques. Le taux de croissance des touristes domestique était d'environ 12% par an pour la période 2006 - 2015. La moitié d'entre eux proviennent d'Ho Chi Minh Ville, 27% sont des touristes régionaux et le reste vient d'autres régions comme de Hanoï, de la côte du sud centrale, de la région du Sud-Est du Vietnam etc. (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.46).

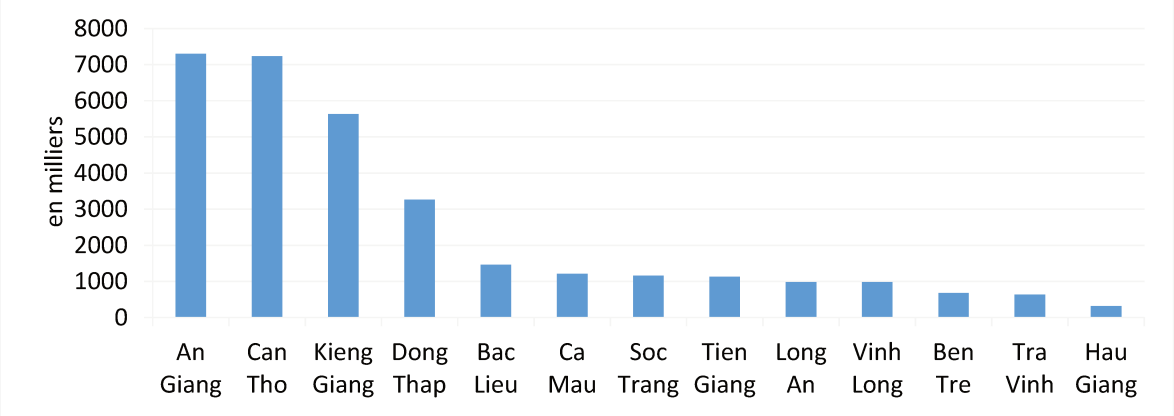
Figure 16 : Répartition des touristes internationaux dans le delta du Mékong en 2016



Auteur à partir de (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.45).

Les quatre provinces qui attirent le plus de touristes domestiques sont An Giang, Can Tho, Kien Giang et Dong Thap grâce à des attractions touristiques comme la fête nationale du temple de Ba Chu Xu (An Giang), le marché flottant (Can Tho), le tourisme balnéaire à l'île de Phu Quoc (Kien Giang), le pèlerinage aux sites historiques (Dong Thap). Ces destinations se distinguent nettement par rapport aux autres (cf. Figure ci-dessous).

Figure 17 : La répartition des touristes domestiques dans le delta du Mékong en 2017

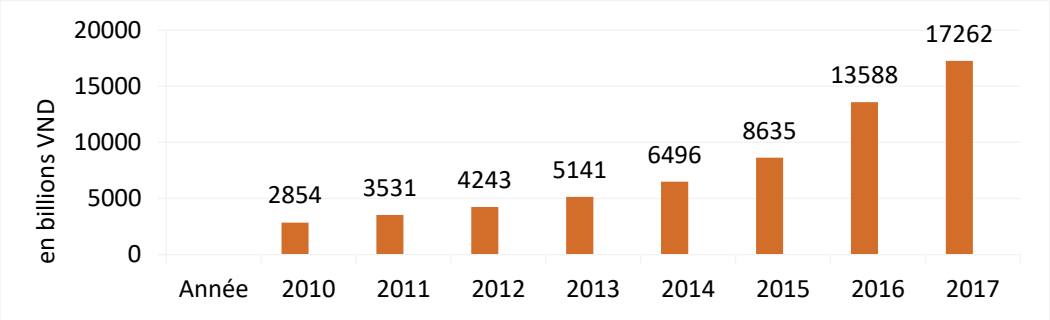


Fait par l'auteur à partir de (Association du Tourisme du delta du Mékong 2018)

Ce développement du tourisme a pour conséquence un effet sur l'emploi. Le nombre de travailleurs dans le secteur touristique a rapidement augmenté avec un taux de croissance moyen de 10,82% par an sur la période 2006 - 2015. Par exemple, il y avait 14 297 travailleurs directs en 2006 et 36 209 travailleurs directs en 2015, ce qui représente environ 7% des travailleurs directs du pays dans le tourisme et 50 000 travailleurs indirects en 2015 (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.39-44).

Les provinces comptent le plus grand nombre de travailleurs directs dans le secteur touristique sont An Giang, Kien Giang, Can Tho, Tien Giang et Ben Tre. Le chiffre d'affaire du tourisme ne cesse d'augmenter au fil des années (cf. Figure ci-dessous).

Figure 18 : Le chiffre d'affaire du tourisme du delta du Mékong (2010-2017)



Fait par l'auteur à partir de (Association du Tourisme du delta du Mékong 2018)

Ces résultats ont contribué à l'amélioration du niveau de vie de la population locale ainsi qu'à la réduction de la pauvreté de la région. Le tourisme a également contribué à la transformation de la structure économique de la région. Des provinces telles que Can Tho, Kien Giang et Tien Giang ont une forte proportion de tourisme dans la structure économique globale.

Dans d'autres provinces, bien que la contribution touristique au PIB provincial soit plus modeste, elle est de plus en plus importante. Les statistiques ont montré que la proportion du tourisme dans le PIB des provinces fluctue autour de 3,5%-4% en 2015. Le tourisme a aussi contribué à l'amélioration des infrastructures en général (transport, électricité, d'eau propre etc.) et des infrastructures touristiques en particulier (stations touristiques, parcs de loisir, hôtels, restaurants etc.).

Il a aussi joué un rôle dans l'augmentation des connaissances des habitants via l'interaction avec des touristes. Il a également contribué à la préservation et la mise en valeur de la nature et de la culture de la région via des programmes touristiques d'éducation à la protection environnementale dans les parcs nationaux ou la protection et la mise en valeur de l'art du *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »*.

A côté de ces avantages, le tourisme de la région présente un certain nombre de manques. Les produits touristiques actuels sont partout les mêmes. A l'exception des activités touristiques balnéaires de l'île de Phu Quoc (Kien Giang) ou de la fête nationale du temple de Ba Chua Xu (An Giang), les autres produits touristiques sont similaires, et reposent principalement sur les ressources fluviales, les vergers ou l'art du « *Đờn ca tài tử Nam Bộ* ».

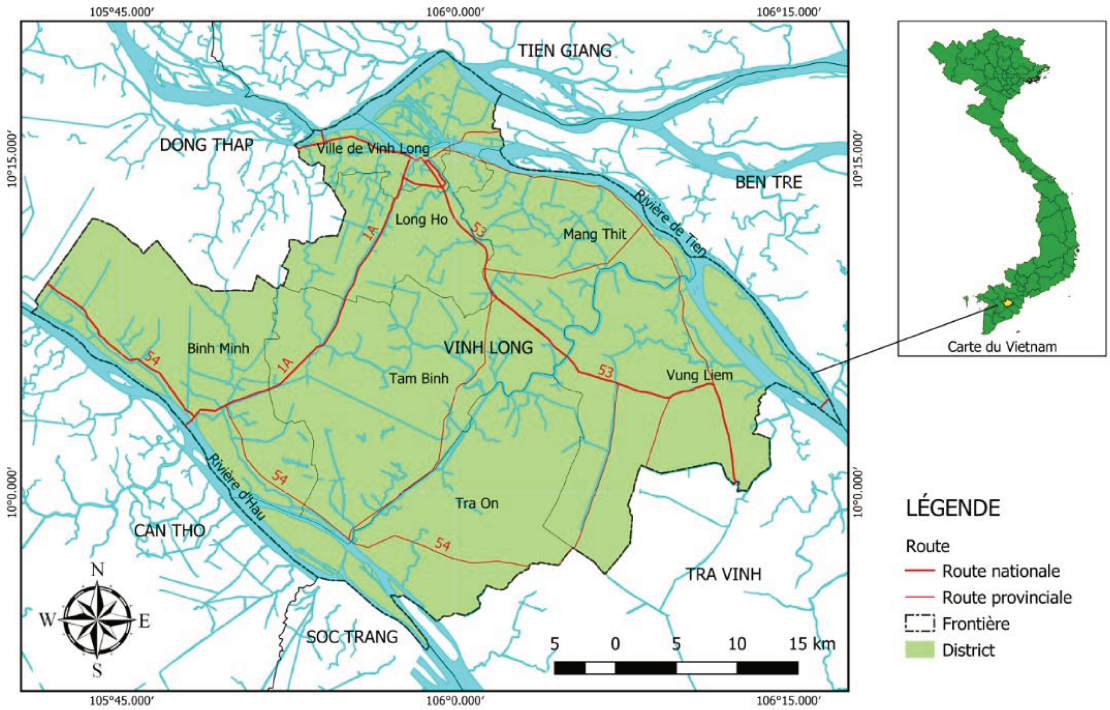
Donc, la compétitivité touristique est encore faible par rapport aux régions voisines (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.5). Et si l'effet sur l'emploi est important, les salariés sont faibles en compétence bien que près de la moitié des employés aient suivi des formations. Il faut dire qu'elles sont courtes (1-3 mois) pour la plupart d'entre eux et près de 51% des employés n'ont aucune formation touristique (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.43-44).

On peut dire que la ressource humaine est un des défis majeurs actuel du tourisme de la région (Duong 2015, p.78). En outre, une grande partie des touristes de la région n'y passent qu'un seul jour. Donc, le chiffre d'affaire du tourisme reste faible (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.38).

4.3 Vinh Long, une situation géographique particulière

Vinh Long, au cœur du delta du Mékong, est considérée comme une île flottante entre les rivières Tien et Hau (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.20), à 136 km au nord de Ho Chi Minh Ville, à 33 km au sud de Can Tho et à 43 km de l'aéroport de Tra Noc (Can Tho). La province de Vinh Long est entourée des provinces de Tien Giang, Ben Tre, Dong Thap, Hau Giang, Soc Trang, Tra Vinh et Can Tho (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015, p.1). La province est traversée par la route nationale 1A, 53, 54 et par les rivières Co Chien et Mang Thit. Cette situation centrale particulière l'avantage du point de vue des transports. En conséquence, Vinh Long se connecte facilement avec les provinces du delta du Mékong en général et internationalement en particulier (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.22). Nous avons conçu lors d'une recherche antérieure une carte géographique qui trace les frontières et les principaux axes routiers de la province.

Figure 19 : La situation géographique de Vinh Long



Fait par D. M. Tran, 2018

Le climat de Vinh Long est chaud et humide toute l'année, avec deux saisons distinctes : la saison sèche de décembre à avril et la saison des pluies de mai à novembre. Le climat est relativement stable dans l'espace et dans le temps (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a,

p.25). Etant en zone alluviale d'eau douce, la production agricole peut avoir lieu toute l'année, ce qui en fait un secteur économique important de la province, notamment pour les îles dans les rivières : An Binh (Long Ho), Dai (Vung Liem), May (Tra On).

Le secteur de l'industrie est encore jeune. La plupart sont de petites zones industrielles, réparties le long des routes principales telles que la zone industrielle de Binh Minh, Hoa Phu, comme par exemple la production de céramique, de briques et de tuiles se trouvent le long de la route provinciale 902 et de la rivière Tien (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.20).

Vinh Long comprend actuellement 16 villages d'artisanat reconnus avec de nombreux métiers typiques tels que le métier de la production de la brique et de la céramique (Long Ho, Mang Thit), le métier du tressage en jacinthe d'eau (Tam Binh), le métier des nattes (Vung Liem), le métier des galettes de riz (Tra On) etc. (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.476-478).

Les conditions particulières précitées créent des avantages permettant un développement de l'agriculture, de l'industrie artisanale ou du tourisme (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.319).

4.3.1 Etat du développement socio-économique de Vinh Long

Vinh Long était une province agricole arriérée en 1975 sans système d'irrigation développé. La plupart des terres étaient abandonnées, pleines de traces de bombes et de produits chimiques toxiques. L'infrastructure civile ne répondait pas aux besoins de la production et de la vie des habitants. Les routes provinciales étaient gravement endommagées. La circulation de l'époque se faisait principalement par bac et par bateau. L'électricité n'était suffisante que pour certains endroits comme le chef-lieu de Vinh Long.

Le système de communication obsolète ne répondait pas aux besoins minimaux de la population. Le niveau d'éducation des habitants était bas, le taux d'analphabétisme était élevé, en particulier dans les zones rurales. Le chômage a considérablement augmenté, des milliers de familles n'avaient pas de terres d'exploiter (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.456-457).

L'inondation violente de 1979 a provoqué des pénuries alimentaires pour des dizaines de milliers de personnes dont beaucoup ont quitté leurs villages afin de chercher du travail dans les provinces voisines pour se nourrir et nourrir leur famille (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.464).

Dans ce contexte difficile, la province de Vinh Long a mis en place plusieurs politiques afin de sauver la vie locale dont l'établissement de la compagnie d'import-export de Cuu Long en 1983, était un exemple typique. Puis, cette compagnie a réalisé des échanges commerciaux avec l'Union des républiques socialistes soviétique (URSS) et d'autres pays socialistes et a obtenu des résultats encourageants (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.477).

Cependant, 77% des exportations étaient des produits agricoles non transformés (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.329). Malgré cela, le taux de chômage de Vinh Long était de 30% en 1986 (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.486-487). En 1990, Vinh Long a exporté plus de marchandises : légumes, huile de coco, banane séchée, longane séchée…

Ces dernières années, la situation socio-économique de Vinh Long a connu de la prospérité. La structure économique a évolué vers l'industrie, la construction et le service, bien que ces secteurs n'occupent encore qu'une faible proportion. Ce secteur est passé de 9,6% en 1992 (Vietnam Business Forum 2015) à 17,89% en 2018 (Vinh Long Statistics Office 2019).

Le secteur primaire reste dominant mais sa part diminue de 39% en 1992 à 33,80% en 2018. Ce secteur maintient actuellement un taux de croissance constant et contribue de façon importante au PIB de la province (32,35%).

Secteur plus récent, les services jouent un rôle important dans la structure économique de la province, en étant le secteur d'activité le plus important de la province avec 48,31% en 2018 (Vinh Long Statistics Office 2019; Vietnam Business Forum 2015). Le tableau suivant indique la part des secteurs qui structurent l'économie de Vinh Long (cf. Tableau 21).

Tableau 21 : la structure économique de Vinh Long

Secteur / Année	2010	2015	2016	2017	2018
Agriculture, Sylviculture, Aquaculture	38,95 %	33,05 %	37,60%	35,18%	33,80%
Industrie, Construction	18,57 %	22,19 %	17,80%	16,97%	17,89%
Services	42,46 %	44,76%	45,32%	47,85%	48,31%

Fait par l'auteur à partir de (Vinh Long Statistics Office 2019; 2016)

Le PIB par habitant est passé de 453 à 1 945 USD entre 2005 et 2018 avec pour conséquence l'amélioration des conditions de vie dans les zones urbaines et rurales (Vinh Long Statistics Office 2019; 2016). Le taux de pauvreté de Vinh Long fluctue, ayant tendance à baisser ces dernières années. Il reste inférieur au taux de pauvreté moyen du pays (2,63% contre 6,80% en 2018 tandis que le taux de chômage a tendance à ré-augmenter (Vinh Long Statistics Office 2019; Bureau des statistiques générales du Vietnam 2018). Un bilan plus détaillé se trouve dans le tableau ci-dessous.

Vinh Long présente un indice de développement humain (IDH) de 0,695, à peu près équivalent à l'IDH moyen du pays (0,696) et un petit peu plus élevé que l'indice moyen de la région du delta du Mékong (0,669). La province est classée 13^{e} parmi 63 provinces et villes du pays et au premier rang dans le delta du Mékong (Phan 2012, p.45). Cependant, le développement socio-économique de la province est toujours confronté à différentes difficultés. La croissance économique n'est pas stable avec des signes de ralentissement par rapport à certaines provinces présentant des conditions similaires.

Tableau 22 : Macroéconomie de la province de Vinh Long (2009-2018)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
PIB (milliards VND)	…	19 590	25 213	26 769	29 651	33 039	36 048	40 315	43 568	417 114
PIB par secteur économique (%)										
Agriculture, Sylviculture et Pêcherie	38,16	37,15	39,49	35,24	33,61	32,91	31,45	35,57	33,71	32,35
Industrie, Construction	17,47	17,71	17,34	18,92	19,18	20,31	21,12	16,16	16,26	17,20
Services	39,32	40,49	38,43	41,35	42,86	42,04	42,59	42,88	45,85	46,22
TVA (subventions exclues)	5,05	4,65	4,74	4,49	4,35	4,74	4,84	5,39	4,18	4,31
PIB par habitant (US $)	916	1 076	1 294	1 364	1 504	1 661	1 743	1 716	1 827	1 945
Taux de pauvreté[12]	7,40	10,23	7,91	5,89	4,57	3,54	6,26	4,77	3,71	2,63
Taux de chômage	3,17	3,05	3,07	3,17	2,76	2,32	2,20	2,34	2,40	2,42

Fait par l'auteur à partir de (Vinh Long Statistics Office 2019; 2016)

La structure économique continue à évoluer dans la bonne direction mais la contribution du secteur secondaire au PIB reste encore faible. Le secteur agricole n'a pas pleinement exploité son potentiel en raison de la production à petite échelle (Comité populaire de la province de Vinh Long 2017, p.6).

Comme la plupart des provinces du delta du Mékong, Vinh Long accorde de l'attention au développement touristique. Dans la résolution N° 01-NQ/TU du Bureau politique du parti de la province sur le développement touristique de la période (2015 – 2020), et la vision à 2030, la province a déterminé le point de vue suivant *: « Le développement du tourisme est un secteur économique et culturel important de la province à long terme, contribue à les affaires étrangères, promouvoir le pays et les gens de la province, créer des emplois et améliorer la vie des gens; promouvoir le développement socio-économique, contribuer à la transformation de la structure économique de la province avec la direction de l'industrialisation et la modernisation »* (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015). La naissance de cette résolution s'est considérée comme un encouragement à développer le tourisme de manière plus globale et faire du tourisme en un secteur économique de pointe de la province dans un proche avenir (Ngoc Trang 2018).

4.3.2 Panorama du tourisme de Vinh Long

Après la réunification du pays (1975) au début 1979, Vinh Long n'avait pas de compagnie touristique. Le Comité populaire provincial organisait seulement des visites pour :

- Les ONGs, les délégations internationales, en particulier les délégations de l'URSS, de Pologne, de Tchécoslovaquie, de Cuba, de Roumanie, de Bulgarie, du Laos etc., lesquelles venaient travailler et visiter la production du riz, la plantation de cocotiers et la vie des habitants à Vinh Long ;
- Les troupes d'art de l'URSS, des pays socialistes, qui venaient faire des représentations et échanger avec des troupes artistiques locales ;

[12] Note : Données en 2005, 2006 - 2009 et 2010 - 2014 calculées selon la norme de pauvreté applicable à chaque période différente. Données en 2015 - 2018 calculées selon la norme de pauvreté multidimensionnelle : seuil de pauvreté (2015-2020) : 700 000 VND (≈ 31,19 USD)/personne/mois en milieu rural et 900 000 VND (≈ 40,10 USD)/par/mois en milieu urbain.

- Les délégués, les syndicats, les organisations, les agences des provinces du pays, qui venaient visiter et apprendre à propos de la production agricole, industrielle et artisanale ;
- Les groupes des étudiants stagiaires venant des collèges, des universités pédagogiques à Can Tho, Ho Chi Minh Ville.

En outre, le Comité provincial du Parti, le Comité populaire provincial et le Front provincial de la patrie organisaient également des visites pour les révolutionnaires ou les travailleurs les plus méritants de la province afin de visiter les sites importants du pays : la centrale hydroélectrique de Thac Ba (dans le nord), le mausolée de Ho Chi Minh à Hanoï ; les travaux pétroliers et gaziers à Vung Tau, le tunnel de Cu Chi à Ho Chi Minh Ville ou un peu de vacance à Vung Tau, Nha Trang, Da Lat et Ha Long.

Le 7 mai 1979, la compagnie touristique de Cuu Long est établie sous la direction du Comité populaire provincial pour but d'accueillir les délégations diplomatiques internationales, les experts des pays de l'URSS, les ONGs, les délégations d'état ainsi que les délégations des provinces du pays. Le capital touristique original de la province ne comprenait qu'un hôtel de Cuu Long (25 chambres) et un restaurant (200 places). En 1986, le Comité du Parti provincial a ouvert un « guest house », un site touristique et une unité de 15 autos (4 places et 16 places) (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a; Luu 2014).

Grâce à ces échanges commerciaux internationaux ainsi qu'à la proximité de Ho Chi Minh Ville, la province de Vinh Long, après 1986, a pu accueillir des visiteurs étrangers de l'URSS pendant le temps des vacances d'hiver de leur pays (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, 504). La compagnie touristique de Cuu Long était chargée de les accueillir et d'organiser des activités pour eux : principalement des balades en petit bateau ou en sampan dans les rivières, les « rạch » (arroyos), les « mương » (petits arroyos creusés par l'homme), l'écoute de l'art du *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »*, la visite des vergers, des jardins des bonsaïs parmi lesquels, le jardin des bonsaïs de M. Sáu Giáo de l'île d'An Binh était le plus fréquenté.

Ces visiteurs soviétiques logeaient toujours à l'hôtel de Cuu Long (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a; Luu 2014). Cependant, ils n'ont été nombreux que jusqu'à la dislocation de l'URSS en 1991. Voici, dans l'encadré suivant, le portrait des premiers visiteurs étrangers à la province de Vinh Long.

Encadré 1 : Portrait des premiers visiteurs étrangers à Vinh Long

On peut dire que les visiteurs soviétiques furent les premiers visiteurs étrangers de la province de Vinh Long après 1975. Normalement, les syndicats de l'union soviétique ont coopéré avec le Vietnam pour les amener à Vinh Long pendant le temps des vacances d'hiver de leurs pays.

La compagnie touristique de Cuu Long a été chargée de les accueillir et d'organiser des visites pour ces visiteurs. En raison du manque d'installations et de la sécurité, elle n'a pas osé organiser de visites lointaines. Les activités de visite ont eu lieu seulement dans la province de Vinh Long, notamment à l'île d'An Binh où les visiteurs ont principalement pris les balades en sampan à moteur ou en bac et visité des vergers, des jardins des bonsaïs.

Autrefois, les sampans ou les bacs étaient très simples, assez petites et équipées des « ghế bố » (chaises avec de la ficelle plastique). Ses toits ont été couverts par des bâches en plastique. Chaque fois, les visiteurs se sont assis dans les chaises, ils se sont enfoncés dans leurs chaises. Certains étaient grands, quand ils se sont levés, la chaise est restée collée sur leurs fesses. C'est rigolo !

Les activités touristiques étaient totalement initiales, pas de programme officiel de visite. Les visiteurs soviétiques sont toujours passés la nuit à l'hôtel de Cuu Long. Ils ont souvent bu de la vodka qui est un peu similaire à notre « rượu đế » (eau de vie). Ils ont énormément bu.

Dans l'après-midi, ils se sont tenus près du marché de Vinh Long. Savez-vous ce qu'ils ont fait là ? Ils ont tenu des plaques avec le prix. Ils ont vendu des cuisinières électriques (avec ressort à l'intérieur), des fers à repasser, des fours. Leur syndicat a tout payé pour eux. Ils ont encore apporté une grande quantité de marchandises à vendre afin de gagner de l'argent. Mon Dieu ! Ils ont jovialement fait du commerce. C'est amusant !

A cette époque-là, les habitants de Vinh Long ont utilisé beaucoup de marchandises soviétiques, beaucoup ! Cependant, cela n'a été le cas que pendant 4, 5 ans. Après 1991, le nombre de visiteurs soviétiques a commencé à chuter.

Source : Entretien EC.07-M. Chuc

Bien que les activités touristiques fussent très militées, Vinh Long accueillait environ 3 000 visiteurs étrangers par an. La province de Vinh Long était considérée comme un exemple typique du pays de l'époque (Ngoc Trang 2016).

A partir du début des années 1990, le tourisme de Vinh Long commença à se développer plus clairement vers le marché international (Ngoc Trang 2018; Luu 2014). Les visiteurs soviétiques ont été remplacés par des visiteurs occidentaux parmi lesquels des chercheurs français furent pionniers : *« Depuis la chute d'arrivée des visiteurs soviétiques, les visiteurs occidentaux ont commencé à apparaître avec des français comme premiers visiteurs à Vinh Long. Ils sont venus en petits groupes mais aussi beaucoup pour le but de faire de la recherche. Bien sûr, les américains n'apparaissaient pas pendant cette période. »* (EC.07-M. Chuc, responsable de la compagnie touristique locale Cuu Long).

En 1991, la compagnie touristique de Cuu Long organise pour la première fois un séjour chez l'habitant dans l'île d'An Binh, pour des touristes occidentaux. Peu de temps après la sortie du film l'Amant[13] en France en 1992, Vinh Long est devenu célèbre en ayant servi de décor à plusieurs scènes du film (cf. Photo 1[14]).

Photo 1 : Une scène du film l'Amant

[13] L'Amant est un film franco-britannico-vietnamien réalisé par Jean-Jacques Annaud, sorti en 1992. Il s'agit de l'adaptation cinématographique du roman du même nom de Marguerite Duras, publié en 1984.

[14] Source: http://www.vietnamtrails.com/2016/07/mekong-delta-cycling-03-days.html, page consultée le 9 janvier 201

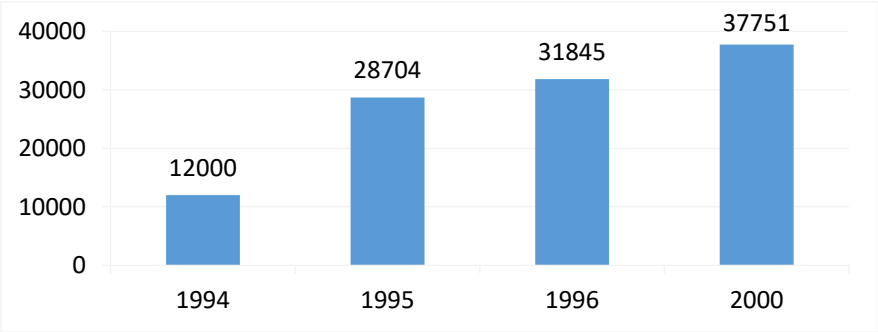
Donc, un afflux des touristes européens a atterri à Vinh Long pour satisfaire leur curiosité (Luu 2014) avec de plus en plus de *« Tây ba lô »* : « *Avant 1990, il y avait des « Tây Liên Xô » (visiteurs soviétiques) à Vinh Long mais après la période de « Tây Liên Xô », M. Sinh*[15]*, un vendeur du café sur les trottoirs de Saïgon, ancien militaire de l'armée de la République du Vietnam avant 1975, qui savait parler anglais, a organisé des visites en « Honda »*[16] *pour les « Tây ba lô » dans le delta du Mékong, notamment à Vinh Long. Au début, il a coopéré avec moi pour organiser des visites en sampan à moteur. Quelques mois plus tard, j'ai fait construire un bateau plus grand pour transporter les « Tây ba lô » car ils arrivaient de plus en plus nombreux. Plus tard, les « Tây ba lô » ont loué des scooters à Saïgon afin d'explorer partout le delta du Mékong. »* (RP.03-M. Chin, un propriétaire de homestay).

En 1992, la province de Vinh Long a lancé le projet *« du lịch miệt vườn »* (tourisme dans les vergers) afin d'attirer des touristes étrangers comme domestiques. L'île d'An Binh continuait d'être une destination essentielle (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, 504).

En 1995, l'association Boat PEACE[17] organise des activités de visites et d'échanges culturels pour les étudiants internationaux chez l'habitant dans l'île d'An Binh (Ngoc Trang 2016). C'est grâce à ces événements importants que le nombre des touristes internationaux n'a cessé d'augmenter (cf. Figure 20), de telle sorte que les provinces voisines de l'époque étaient envieuses (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.504).

La nationalité des touristes internationaux s'est diversifiée progressivement avec une majorité de Français et de Japonais (40% et 30%). Venaient aussi quelques Européens travaillant à Ho Chi Minh Ville et quelques touristes « *Việt Kiều* » (Vietnamiens de l'étranger) (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.630).

Figure 20 : Le nombre des touristes étrangers à Vinh Long (1994-2000)



Fait par auteur à partir de (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.504)

[15] Il a fondé sa compagnie touristique, appelée Sinhcafé en 1993, devenu plus tard TheSinhTourist. Cette compagnie touristique s'occupe toujours de *« Tây ba lô »*. Aujourd'hui, elle a de nombreuses agences de voyage au Vietnam.
[16] Au Vietnam, le mot *« Honda »* désigne tous les scooters quelle que soit leur marque.
[17] Depuis sa fondation en 1983, Boat PEACE est actif dans le domaine de l'éducation pour la paix et la durabilité en organisant des voyages éducatifs, basés sur des conférences, des ateliers et des programmes d'échange d'études à bord du navire et dans les escales.

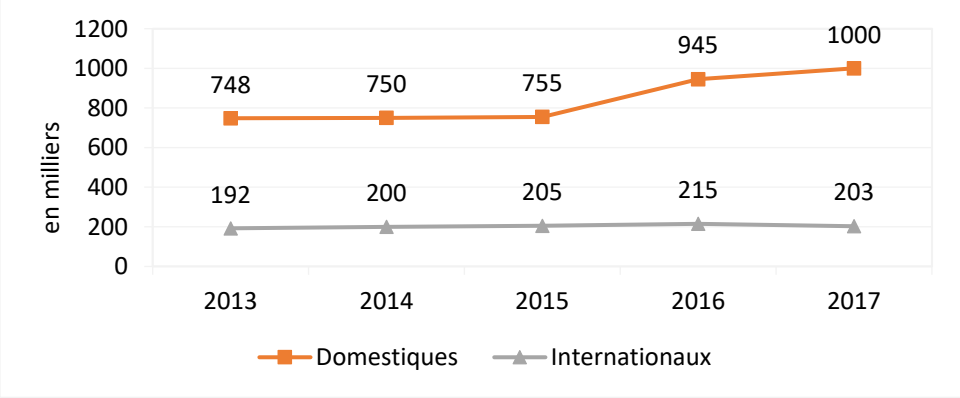
Le tourisme de Vinh Long a poursuivi son développement, en particulier après l'inauguration du pont de My Thuan réalisé grâce à l'assistance financière et technique de l'Australie en 2000 (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017b, P.665). Ce premier pont à haubans du delta du Mékong a grandement facilité le trafic entre les provinces du delta du Mékong ainsi que les circuits touristiques depuis Ho Chi Minh Ville. Ce pont a permis de réduire de moitié le temps de déplacement d'Ho Chi Minh Ville à Vinh Long qui était auparavant d'une journée de route en autocar (130 km). Il a aussi encouragé les agences de voyage d'Ho Chi Minh Ville à venir de plus en plus à Vinh Long.

A partir de 2000, la province de Vinh Long a réalisé des programmes du développement touristique (d'abord 2001-2005 puis 2006-2010) favorisant un développement du tourisme dans l'île d'An Binh autour de thèmes comme : *« Đi trong màu xanh đồng bằng sông Cửu Long »* (Marcher dans le vert du delta du Mékong), *« Cùng ăn, cùng ở, cùng làm với dân »* (Manger, vivre et travailler ensemble avec les habitants), *« Tây ngủ nhà ta »* (Les Occidents dorment chez l'habitant). De plus, la province s'est préoccupée de la formation des ressources humaines, en particulier au niveau des langues étrangères et du professionnalisme des guides touristiques (Luu 2014).

En 2005, la compagnie touristique de Cuu Long est devenue une société par actions avec seulement 30% appartenant à l'Etat. De nouvelles, suivie de l'émergence des entreprises touristiques privées telles que Mékong Travel, Vinh Long Tourist et Vinh Sang Tourist sont apparues, ce qui a rendu le tourisme de Vinh Long plus dynamique. La disparition du monopole dans le secteur touristique de la province amène de la concurrence entre l'Etat et le privé.

Du fait de ces évolutions, le nombre de touristes a régulièrement augmenté au fil des années (cf. Figure 21) et représente aujourd'hui 12% des touristes internationaux du delta du Mékong (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.45).

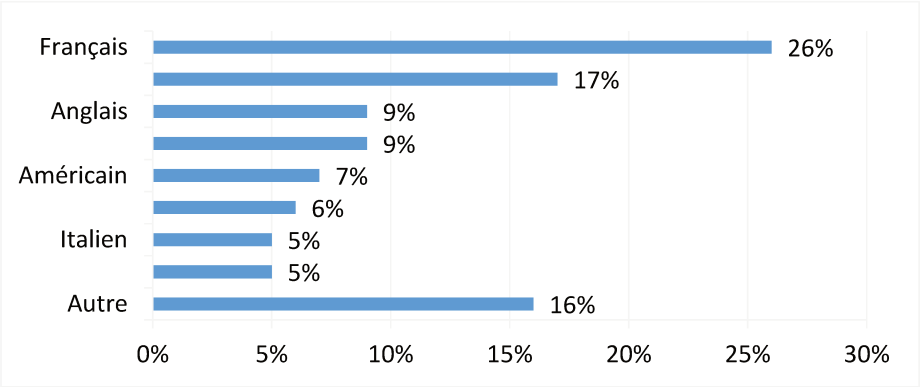
Figure 21 : Le nombre des touristes à Vinh Long (2013-2017)



Fait par l'auteur à partir de (Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2018)

La plupart des touristes internationaux à Vinh Long sont les Occidentaux dont les Français gardent la première position (26%). En dehors des Japonais, le nombre des touristes des pays asiatiques n'est pas significatif à Vinh Long. Le graphique suivant donne un panorama sur les différentes nationalités des visiteurs qui ont choisi Vinh Long pour destination touristique (cf. Figure 22).

Figure 22 : La nationalité des touristes internationaux à Vinh Long en 2016

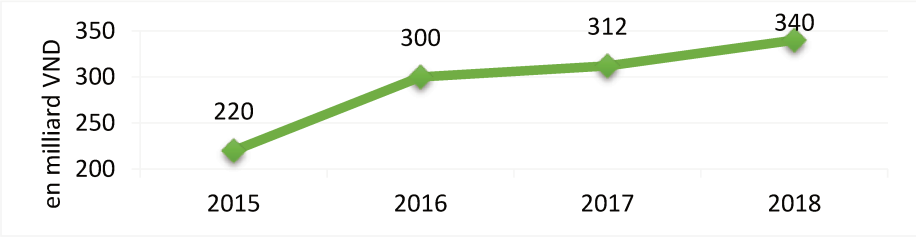


Fait par l'auteur à partir de (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016a, p.46)

Aujourd'hui, le tourisme joue un rôle de plus en plus important pour le développement socio-économique de Vinh Long. Le chiffre d'affaire du tourisme n'a cessé d'augmenter sur la période 2015-2018 (cf. figure ci-dessous). Le tourisme a également créé plus d'opportunités d'emploi pour les populations locales.

Donc, le tourisme a positivement contribué à la réduction de la pauvreté, notamment dans les zones rurales et a aussi limité la migration des zones rurales vers les grandes zones urbaines (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015, p.2).

Figure 23 : Le chiffre d'affaires du tourisme de Vinh Long (2015-2018)



Fait par l'auteur à partir de (Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2018)

Le tourisme a aussi favorisé le développement des métiers ruraux : le métier de la fleur d'abricotier de Phuoc Dinh et le métier d'artisanat des bonbons des galettes du riz à l'île d'An Binh (Long Ho). En plus, le tourisme a également contribué à la préservation et mise en valeur de l'art du *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »* à Vinh Long (Comité populaire de la province de Vinh Long 2010, p.1-3).

Cependant, le tourisme de Vinh Long est confronté aux grands défis suivants qui préoccupent les autorités locales(Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015, p.3) :

1) L'inadéquation des infrastructures touristiques ;
2) La limitation du financement pour la promotion touristique ;
3) Le manque de politiques du soutien du développement touristique ;
4) Le manque des produits touristiques spécifiques ;
5) L'insuffisance quantitative de personnel touristique et leur manque de compétence.

Afin de surmonter les défis précités, la province de Vinh Long met en œuvre de nombreux projets, plans à court et à long terme visant à maximiser le potentiel et les avantages disponibles de la province (Ngoc Trang 2018; Comité populaire de la province de Vinh Long 2017, p.9) dont les solutions immédiates sont :

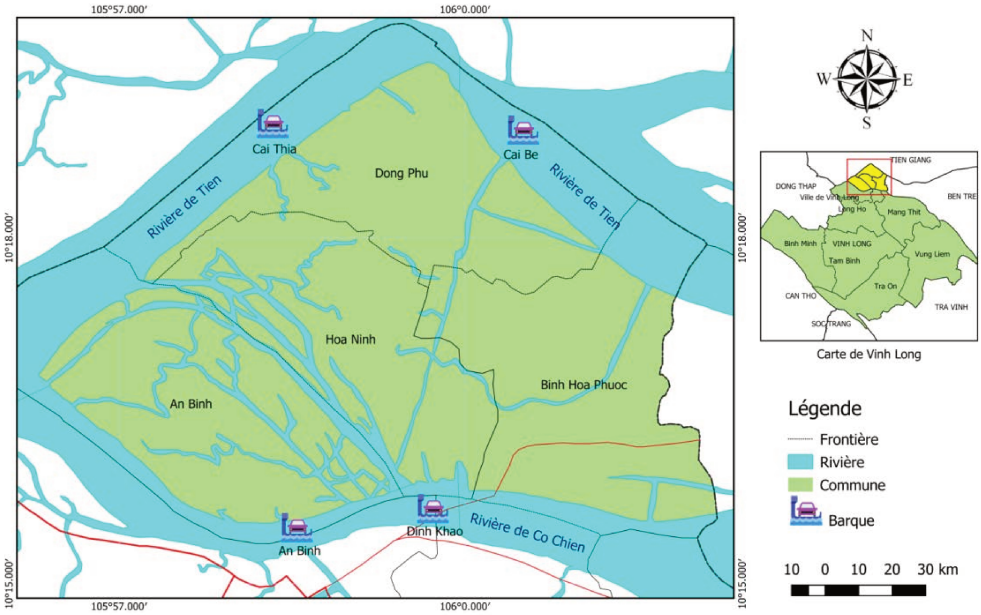
1) L'amélioration de la gestion administrative du tourisme ;
2) La construction d'un quai touristique dans la ville de Vinh Long ;
3) L'étude du projet provincial du touristique spécifique ;
4) L'ouverture des formations de gestion d'hébergement.

4.4 Ile d'An Binh, le berceau du tourisme homestay

4.4.1 Un aperçu de l'île d'An Binh

L'île d'An Binh (district de Long Ho) est située au Nord de Vinh Long, entourée des rivières Tien et Co Chien et d'une partie de la terre vers Ben Tre et comprend 4 communes : An Binh, Binh Hoa Phuoc, Hoa Ninh et Dong Phu d'une superficie totale de 61,82 km^2 (Office statistique du district de Long Ho 2016, p.7). La figure ci-dessous montre les délimitations de l'île.

Figure 24 : La situation géographique de l'île d'An Binh



Fait par D. M. Tran, 2018

Cette situation géographique particulière oblige les déplacements avec l'extérieur de l'île à se faire par bacs sauf vers la province de Ben Tre. Elle génère aussi un climat tempéré et des paysages fluviaux avec de nombreux canaux, arroyos et crée également des conditions très favorables pour la culture de vergers et la pisciculture en cages flottantes (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.627).

L'île d'An Binh est une petite terre mais elle contient de nombreuses valeurs matérielles et immatérielles. Elle possède actuellement beaucoup de pagodes dont la plus remarquable pagode est la pagode Tien Chau. Elle a été construite au XVIII^{e} siècle avec l'architecture traditionnelle. Dans cette pagode, il y a beaucoup d'objets de valeur tels que des statues en bois, des statues en terres cuites, en particulier les deux statues de Bouddha Amitabha et Maitreya. Ceci est non seulement un lieu de pratique pour les croyances locales mais aussi un site touristique connu de l'île d'An Binh.

En outre, chaque commune a sa maison communale dont la maison communale de Hoa Ninh est reconnue comme une relique historique et culturelle de la province avec une histoire remontant au XIX^{e} siècle. L'art du *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »* est une caractéristique culturelle des habitants.

Chaque commune de cette île a des clubs de l'art du *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »*. Ces clubs représentent principalement aux festivals locaux. Toutefois, certains présentent également aux homestays.

La cuisine repose sur des matières disponibles dans l'île telles que les crevettes, les poissons, les légumes et les fruits. Les plats typiques sont le poisson aux oreilles d'éléphant frit avec ses écailles, le poisson-chat au caramel, les crêpes (*« bánh xèo »*), la soupe de légumes, le thé au miel. D'autres plats très populaires reposent sur l'utilisation de fruits et de légumes sauvages : soupe acide aux fruits de sonneratia, salade de jeunes tiges de jacinthe d'eau.

La population d'An Binh est de 4 2346 habitants (Office statistique du district de Long Ho 2016, p.7) dont la plupart sont horticulteurs. L'économie de cette île se base ainsi principalement sur l'exploitation de vergers. Quelques habitants font du commerce, de l'industrie artisanale et 23 familles gèrent des homestays. Contrairement à d'autres communes de Vinh Long, l'île d'An Binh n'a plus de champs de rizière. Mais selon (Ngoc Trang 2018), l'île d'An Binh est aussi plus dynamique grâce aux activités touristiques.

4.4.2 Genèse du tourisme homestay

La genèse de tourisme homestay de la province de Vinh Long remonte à un concours des bonsaïs au parc de Tao Dan (Ho Chi Minh Ville) en 1981 où M. Sáu Giáo, un artiste des bonsaïs, a participé et remporté la médaille d'or. Plusieurs années consécutives, il continuait de gagner des médailles d'or aux concours des bonsaïs du delta du Mékong.

Sa réputation attirait de nombreux artistes des bonsaïs de Vinh Long ainsi que ceux des provinces voisines (cf. Photo 2). Par le bouche à oreilles, de nombreux visiteurs d'Ho Chi Minh Ville, de Binh Duong et du centre du Vietnam sont venus visiter son jardin des bonsaïs parmi lesquels des célébrités comme le fameux compositeur Trinh Cong Son[18].

Photo 2 : Le jardin bonsaïs de M. Sáu Giáo (chez son cadet actuel)

Auteur, 2016

Le Doi Moi a facilité la mobilité des Vietnamiens (Peyvel 2009, p.60). Le Comité populaire de la province invitait souvent les délégations diplomatiques internationales et des experts d'ONGs à visiter le paysage de la province et la vie quotidienne des habitants avec le jardin des bonsaïs de M. Sáu Giáo comme point d'orgue des visites (Luu 2014). La compagnie touristique de Cuu Long se chargeait d'organiser les visites pour les étrangers dont la plupart venaient d'URSS : « *A ce moment-là, chaque fois, les étrangers sont venus visiter notre jardin de bonsaïs. Les habitants, les enfants en particulier étaient très curieux et venaient en foule chez nous pour les voir. En fait, nous n'avons pas exactement su de quelles nationalités ils étaient car nous n'avons pu que communiquer avec eux par le langage du corps. Nous pensions qu'ils étaient « Liên Xô » (Russes). Donc, nous les appelaient toujours « Liên Xô », « Liên Xô » comme une salutation.* » (RP.10-M. Tien, un propriétaire de homestay).

Le programme de visite chez l'habitant se composait d'activités simples comme l'indique le tableau ci-après (cf. Tableau 23).

Tableau 23 : Les activités principales du programme de la visite

N^0	Activités
1	Rencontre et papotage avec les membres de la famille locale
2	Visite du jardin des bonsaïs et prise de photos
3	Déjeuner
4	Dégustation des fruits tropicaux, de l'alcool de riz local en fabriquant à la maison

Fait par l'auteur à partir des données de l'entretien avec RP.10-M. Tien, 2016

En 1990, un guide papier touristique étranger a évoqué le jardin des bonsaïs de M. Sáu Giáo étendant sa popularité. Les habitants l'ont appelé *« ông Sáu quốc tế »* (Monsieur Sau international). Les touristes étrangers ne cessaient de venir chez lui. Avant de partir, ils ont souvent laissé leurs cartes de visite, des souvenirs ou des monnaies (Cac Ngoc 2013). Il existe des milliers de cartes de visite (cf. Photo 3) témoignant de ces visites.

En 1991, pour la première fois, la compagnie touristique de Cuu Long a organisé un séjour avec hébergement chez M. Sáu Giáo pour des touristes occidentaux.

[18] Trinh Cong Son (1939 – 2001) était un compositeur et peintre vietnamien très célèbre. Il a été surnommé *« le Bob Dylan vietnamien »* par Joan Baez. Il était l'auteur de plus de 600 chansons. Ses chansons contre la guerre eurent un immense succès pendant la guerre du Vietnam.

Après 1992, de nombreux groupes de visiteurs sont venus à Vinh Long, surtout chez M. Sáu Giáo dans l'île d'An Binh : des groupes de diplomates, des journalistes, des touristes (d'Allemagne, d'Angleterre, d'Autriche, de France, de Suède, du Canada, des USA, du Japon, de Malaysie, du Sri Lanka, de Taiwan).

Photo 3 : Les cartes de visite de M. Sáu Giáo

Auteur, 2016

Nous avons eu la chance de consulter et de photographier des commentaires laissés dans les livres d'or chez M. Sáu Giáo. Les dates marquées montrent que des visiteurs étrangers venaient chaque jour chez lui. Nous avons reproduit certains commentaires des touristes présents dans le livre d'or (cf. Photo 5 en page suivante).

En outre, il est arrivé que des chercheurs étrangers passent chez M. Sáu Giáo à l'exemple de l'équipe du « Calypso » venue pendant le projet « Gambas » de l'Ifremer (1993-2003) (Ambassade de France au Vietnam 2004, p.100). Les habitants, les enfants en particulier étaient très excités de voir les Occidentaux. Cet événement a agité le silence de l'île d'An Binh. L'histoire suivante est racontée par Mme Hoang, petite fille de M. Sáu Giáo).

Encadré 2 : La venue de l'équipe du Calypso

A ce moment-là, j'avais 9 ans ou 10 ans. Chaque fois, l'équipe de M. Cousteau conduisait le petit bateau à vitesse chez mes grands-parents, moi et mes amis étaient très excités car c'était la première fois que nous voyions un bateau comme ça.

De plus, nous pouvions les voir à la télé dans le programme du monde des animaux, et à la fois les voir sur place. Ils étaient très gentils. Ils ont souvent pris des photos avec nous.

Quelque fois, ils nous ont offerts les bonbons. M. Cousteau a encore offert une photo de son équipe. La photo est solennellement suspendue chez mon petit oncle aujourd'hui encore.

Entretien avec RG.12-Mme Hoang

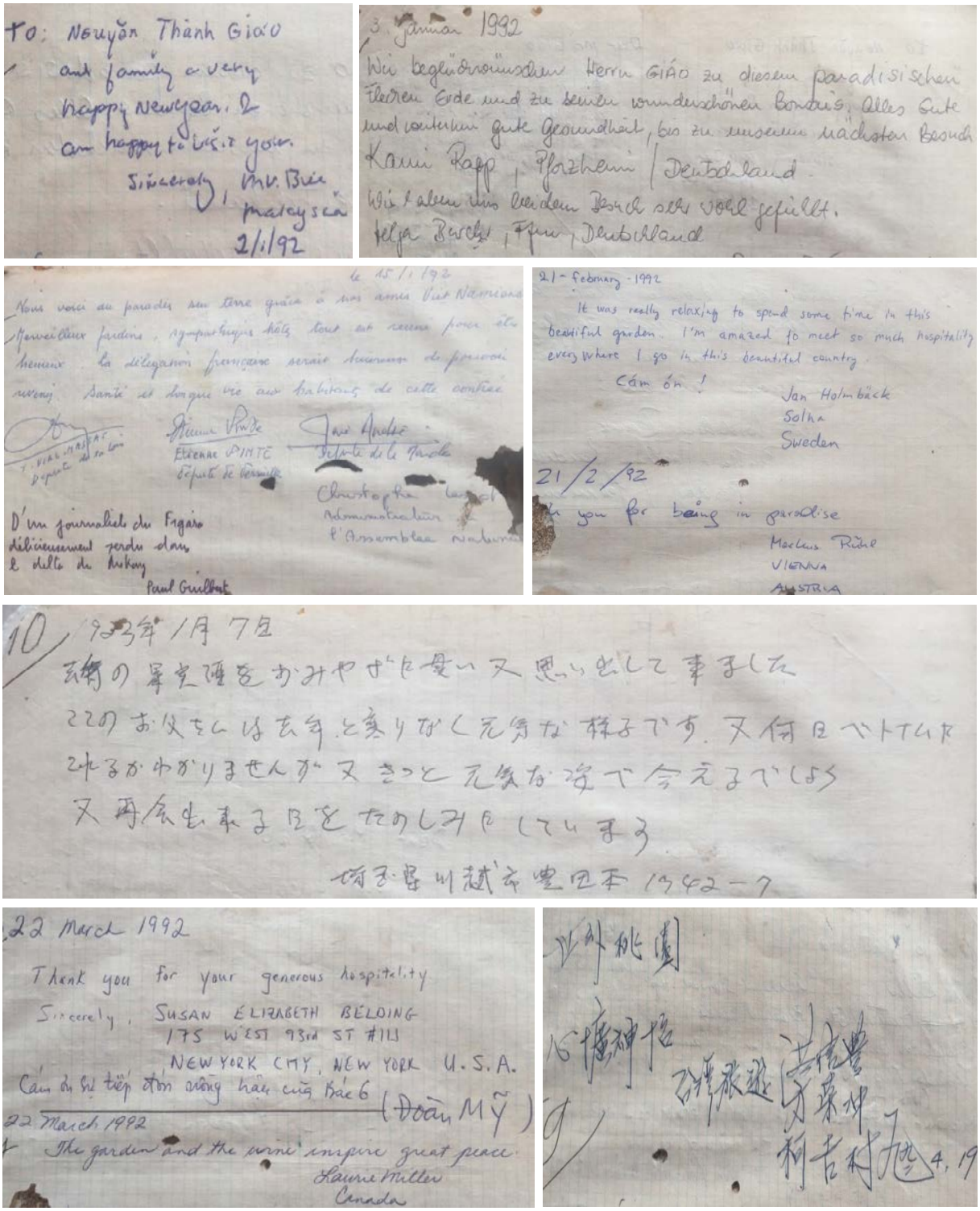
Photo 4 : Photo offerte par l'équipe de « Calypso »

Pris par l'auteur chez M. Tien, 2016

Puis, la diffusion du film (Mékong : le don de l'eau, Vietnam en 1993) de l'équipe du « Calypso », la sortie du film de l'Amant (1992) en France et l'accueil de Boat PEACE (1995) à l'île d'An Binh a permis au monde de mieux connaître cette région. Et le nombre des touristes étrangers n'a cessé d'augmenter (cf. Figure 20) et provoqué le développement des homestays de l'île (Ngoc Trang 2016).

Reconnaissant des opportunités d'accueillir des touristes étrangers pour satisfaire des curiosités ainsi pour pouvoir gagner de l'argent, certains habitants de l'île d'An Binh ont accueilli les touristes étrangers grâce à leurs relations avec des dirigeants locaux ou avec la compagnie touristique de Cuu Long comme le homestay Mai Quoc Nam I, Muoi Day (1996), Muoi Huong (1999).

Photo 5 : Commentaires de visiteurs étrangers dans les livres d'or de M. Sáu Giáo



Photographié par l'auteur, 2018

De plus en plus de homestays se sont créés au début des années 2000, notamment dans les autres districts comme Binh Minh, Tam Binh, Tra On et Vung Liem. En particulier, dès la transformation déjà évoquée plus haut, en 2005, de la compagnie touristique de Cuu Long en société par actions, ce fut la fin du monopole dans les activités touristiques à Vinh Long, qui a été suivie de l'émergence d'entreprises touristiques privées locales telles que Mekong Travel (2005), Vinh Long Tourist (2007) et l'apparition d'agences de voyage à Ho Chi Minh Ville et à Hanoï.

Ce qui a poussé le développement touristique de Vinh Long, notamment les homestays de l'île d'An Binh. En conséquence, de nouveaux homestays se sont ouverts comme Bay Trung (2006) Mai Quoc Nam II, Bay Thoi (2007), Nam Thanh (2008), Hai Dao, Ut Trinh (2009). Certains homestays sont plus capitalistiques, s'éloignent d'un hébergement chez l'habitant et se rapprochent de l'hôtellerie classique comme le homestay de Ba Linh, Phuong Thao, Ut Thuy, Ut Trinh.

Encore aujourd'hui, de nouveaux homestays se créent dans la province de Vinh Long : les deux derniers de l'île d'An Binh ont été ouverts à la fin de 2018 : le homestay de Mékong Riverside et le homestay de Thao Nghi.

Actuellement, l'île d'An Binh représente de 71,9% (23/32) des homestays de la province. Le tableau qui suit montre le nombre de homestays en service dans les localités de Vinh Long (cf. Tableau 24).

Tableau 24 : La liste des homestays à Vinh Long

N°	Année de la création	Nom des homestays	Location	
			Commune	District
1	2018	Mékong Riverside	An Binh	Dans l'île d'An Binh (Long Ho)[19]
2	2018	Thao Nghi	An Binh	
3	2014	Ut Thuy	An Binh	
4	2013	Phuong Thao	An Binh	
5	2012	Ngoc Phuong	An Binh	
6	2010	Ngoc Sang	An Binh	
7	2008	Nam Thanh	An Binh	
8	2006	Bay Trung	An Binh	
9	2004	Chin Manh	An Binh	
10	2001	Ba Linh	An Binh	
11	2000	Tam Tien	An Binh	
12	2007	Mai Quoc Nam II	Binh Hoa Phuoc	
13	2006	Cai Cuong	Binh Hoa Phuoc	
14	1999	Ba Hung	Binh Hoa Phuoc	
15	2000	Mai Quoc Nam I	Binh Hoa Phuoc	
16	1999	Muoi Huong	Binh Hoa Phuoc	
17	2014	Happy Family (Thuy An)	Dong Phu	

[19] Les homestays dans la partie grise se trouvent dans l'île d'An Binh, district de Long Ho, Vinh Long.

N°	Année de la création	Nom des homestays	Location	
			Commune	District
18	2009	Hai Dao	Hoa Ninh	
19	2009	*Ut Trinh*[20]	Hoa Ninh	
20	2007	Bay Thoi	Hoa Ninh	
21	1996	Muoi Day	Hoa Ninh	
22	1990	Tam Ho	Hoa Ninh	
23	1988-1989	*Sáu Giáo*[21]	Hoa Ninh	
24	2013	My Hoa Mekong homestay	My Hoa	Binh Minh
25	2010	Lang Viet	Dong Thuan	
26	2012	Nam Ben	Phu Thinh	Tam Binh
27	2016	Tam Trong	Luc Si Thanh	Tra On
28	2010	Pham Van Hanh	Luc Si Thanh	
29	2008	Nam Khai	Luc Si Thanh	
30	2004	Tan Tai	Phu Thanh	
31	2013	Ba Xuat	Thanh Binh	Vung Liem
32	2009	Hai Cuong	Thanh Binh	

Auteur, 2018

Les homestays ont attiré près de 70% des touristes internationaux à Vinh Long en 2015. Ils créent non seulement des emplois et génèrent des revenus pour les entrepreneurs, leur famille mais aussi pour plus de 700 travailleurs locaux, tels que les employés, les conducteurs de bateau, les rameurs de rampan, les vendeurs des souvenirs, les vendeurs des fruits, de poissons, les chanteurs, les guides touristiques etc. (Ngoc Trang 2016; Minh Triet 2015).

Les homestays de l'île d'An Binh s'intègrent progressivement dans le marché des homestays de l'ASEAN. Le homestay d'Ut Trinh (commune de Hoa Ninh) a obtenu le prix « Homestay ASEAN » en 2017 ; le homestay de Phuong Thao (commune d'An Binh) est l'un des cinq homestays du pays obtenant ce prix en 2019 (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2019). Ce prix n'améliore pas seulement la popularité des homestay de l'île d'An Binh mais aussi celle des homestays de Vinh Long à l'étranger (Ngoc Trang 2018).

Avec la grande contribution au tourisme de la province au cours des dernières années, les homestays continuent d'être envisagé par les autorités comme un produit touristique spécifique de Vinh Long et du pays (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2015, p.24) comme le montre le projet de « Développement du tourisme du delta du Mékong jusqu'en 2020 » (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2010), le projet de « Développement des produits touristiques spécifiques dans le delta du Mékong » (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2015) et la résolution N° 01-NQ/TU sur le développement du tourisme de Vinh Long de la période 2015 à 2020 et la vision à 2030 (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015).

[20] Homestay d'Ut Trinh est le nom commun d'un complexe de trois homestays : Ut Trinh, Ut Binh et Ut Quynh.
[21] Depuis la mort de M. Sáu Giáo (2005), son cadet ne reçoit plus de touristes dormant chez lui. Il ne reçoit que des visiteurs sur la journée.

Le tourisme homestay est considéré comme un produit touristique vital dans le but de faire du tourisme un secteur économique et culturel important de la province à long terme (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015).

En plus, les homestays sont également l'un des éléments clés du programme de *« nông thôn mới »* (le programme de la nouvelle ruralité) (Comité populaire de la province de Vinh Long 2016, p.7).

4.4.3 Caractéristiques des homestays de l'île d'An Binh

Les premiers homestays d'An Binh sont officiellement nés 5 ans après le Doi Moi en vue d'accueillir des touristes internationaux. Ceci est considéré comme un cas exceptionnel dans le contexte du pays encore fermé à l'international (Ngoc Trang 2018).

Au début, la compagnie touristique de Cuu Long jouait le rôle principal d'accueil des touristes internationaux et les répartissaient entre les différents homestays. Puis, les homestays se sont développés sous l'impulsion des compagnies touristiques, de familles, de guides touristiques.

En 2005, la compagnie touristique de Cuu Long s'est transformée en société par actions. Les homestays d'An Binh se développent alors plus fortement sous la forme d'activité familiale. Les entrepreneurs de homestay offrent à partir de là de manière libre hébergements, repas, spectacles culturels, visites locales et fixent eux-mêmes les prix de vente aux touristes.

L'histoire diffère pour les homestays de cas de Ban Ho (Sapa, Lao Cai), Ban Lac (Mai Chau, Hoa Binh) dans le Nord ; Lang Doi (Nam Dong, Thua Thien Hue) au Centre ; My Hoa Hung (Long Xuyen, An Giang), Thoi Son (Tien Giang) dans le Sud qui furent mis en place dans le cadre de projets de tourisme communautaire (T. H. Bui et Nguyen 2007).

Actuellement, certains ont fermés ou sont en passe de l'être, d'autres ont ouverts, dont certains sont plus capitalistiques et se rapprochent de l'hôtellerie classique. Particulièrement, le homestay Phuong Thao, Ut Trinh ont abouti aux standards de homestay d'ASEAN tandis que certains fonctionnent encore « au noir ».

Beaucoup d'entrepreneurs de homestay sont des horticulteurs. Toutefois, certains ont un diplôme universitaire, il y en a qui étaient guides touristiques comme le propriétaire de homestay de Bay Thoi, Muoi Huong, Phuong Thao, Ut Trinh. On peut dire que le niveau général d'éducation des entrepreneurs de l'île d'An Binh est plus élevé que celle des entrepreneurs de homestay de certaines provinces montagnardes du nord (SNV Vietnam 2011, p.35).

Une différence par rapport à d'autres localités du pays est que la plupart des entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh ne veulent accueillir que des touristes internationaux, et plus particulièrement des touristes occidentaux. Ils ne sont pas vraiment enthousiastes à l'idée d'accueillir des touristes vietnamiens. Ils expliquent que d'une part, la cohabitation n'est pas toujours facile entre touristes domestiques et touristes internationaux du fait de différences culturelles et d'autre part, ils n'ont pas d'habitude de servir les touristes domestiques au

contraire de la plupart des homestays d'autres localités du pays comme Sapa (Lao Cai), Dong Van (Ha Giang), Mai Chau (Hoa Binh) et Dalat (Lam Dong) etc. (Phuong Anh 2018; Linh Phuong et Mai Chau 2017; Song Tra 2017).

De nos jours, les entrepreneurs de homestay d'An Binh ne se limitent pas à attendre l'envoi de touristes par les agences de voyage ou même à aller chercher des *« Tây ba lô »* dans la rue ou via de l'affichage publicitaire sauvage sur les poteaux électriques (cf. Photo 6).

Ils cherchent activement de nouveaux partenaires, et coopèrent notamment avec des intermédiaires de réservation en ligne comme : Booking.com, Agoda.com, AirBnB.com ou TripAdvisor afin de vendre leurs chambres.

Photo 6 : Publicité pour des homestays sur le poteau électrique

Auteur, 2016

4.4.4 Activités touristiques et services aux homestay

De nos jours, le homestay de l'île d'An Binh n'est pas qu'un hébergement, c'est vraiment une forme de tourisme qui intègre différentes activités listées ci-dessous.

- Cuisine : selon nos observations, tous les entrepreneurs de homestay fournissent des tables d'hôte avec un menu traditionnel du Mékong, comme le poisson aux oreilles d'éléphant bien frit avec ses écailles *(Cá tai tượng chiên xù)*, le porc ou poulet au caramel, les légumes sautés, les crêpes (*bánh xèo)*, les rouleaux de printemps, les nems (*chả giò)*, la soupe de légumes et l'alcool de riz fait maison. En outre, la plupart des entrepreneurs organisent des cours de cuisine gratuits avec des plats simples à préparer tels que les rouleaux de printemps, le nem, la salade des fruits et *« Bò lá lốt »* (le bœuf La Lôt). Certains servent des plats où les aliments sculptés reproduisent d'anciennes scènes traditionnelles rurales comme dans les homestays de Ba Linh, Phuong Thao, Ut Trinh…
- Exploration de l'île à vélo : la plupart des homestays ont des vélos gratuits à disposition pour les touristes, qui leur permettent d'explorer librement les environs et les activités quotidiennes de l'île d'An Binh.
- Visite du marché flottant et des villages voisins en bateau : les entrepreneurs de homestay offrent des services touristiques payants comme la visite des élevages de poissons en cages flottantes, la visite des paysages le long de la rivière Tien, Co Chien et les canaux de l'île d'An Binh en bateau avec pilote et guide. Ils organisent également des visites guidées dans les localités voisines pour aller voir les marchés flottants de Cai Be (Tien Giang), Cai Rang (Can Tho) etc.
- Visite et dégustation des fruits dans les vergers : les entrepreneurs de homestay coopèrent souvent avec les propriétaires de vergers pour organiser des visites de

vergers et pour déguster des fruits locaux de la saison, principalement, la goyave, le ramboutan et le longane. Cependant, ces activités attirent principalement les touristes domestiques. A l'occasion du Têt (Nouvel An lunaire), les touristes peuvent visiter les jardins de fleurs d'abricotier jaune, un symbole du Têt au Sud du Vietnam.

- Représentations artistiques : certains entrepreneurs de homestay coopèrent avec des groupes artistiques locaux de *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »* pour organiser des représentations payantes à destinations tant des touristes domestiques qu'internationaux.
- Vivre d'autres activités quotidiennes avec les membres de la famille d'accueil : les touristes peuvent également assister et participer aux activités quotidiennes des membres de la famille d'accueil comme par exemple, récolter des fruits, construire des maisons ou récolter des poissons par vidange *(tát mương bắt cá).*

4.5 Conclusion

En conclusion, nous pouvons dire que d'un secteur presque inexistant, le pays en a fait un secteur économique important grâce à des politiques et des stratégies appropriées, réussissant à transformer le Vietnam en une *« histoire de réussite touristique »*. De fait, le tourisme joue un rôle crucial dans le développement socio-économique général du pays. Cependant, de nombreuses lacunes subsistent, en particulier au niveau des ressources humaines, de la qualité des produits touristiques et de l'environnement touristique.

Parmi les produits touristiques populaires du Vietnam d'aujourd'hui, le tourisme homestay est l'un des plus efficaces pour réduire la pauvreté et transformer les structures économiques rurales. Le Delta du Mékong, une des régions du pays qui misent sur le tourisme homestay, émerge comme une destination prometteuse.

Dans le chapitre suivant, nous allons pouvoir vérifier dans le cas de l'île d'An Binh de la province de Vinh Long, quels sont les facteurs de réussite d'un homestay et à quelles conditions le tourisme homestay peut effectivement avoir un effet en termes de développement humain.

5 Analyse des résultats

5.1 La naissance des homestays vue par les acteurs

La guerre du Vietnam a pris fin lorsque les États-Unis ont retiré leurs troupes de Saïgon (maintenant Ho Chi Minh Ville) en 1975 (Mok et Lam 1997, p.85-86). Après la guerre, le Vietnam a connu un temps extrêmement difficile à cause des conséquences des guerres, de l'embargo imposé par les Etats-Unis et surtout d'erreurs politiques et stratégiques en termes de développement socio-économique du pays.

Les Vietnamiens ont dû gagner repas après repas. La faim était répandue dans tout le pays, en particulier dans les zones rurales. On peut dire que c'était l'une des périodes les plus sombres (*tối tăm nhất)* de l'histoire du Vietnam (V. T. Tran 2015, p.16). Depuis 1976, le Vietnam se concentrait sur l'industrie lourde de style soviétique en ce qui concernait l'agriculture, les biens de consommation et les exportations sous le contrôle de l'Etat (Lynellyn et al. 2000, p.5).

Le gouvernement jouait le rôle d'opérateur/ entrepreneur, de coordinateur, de promoteur et d'éducateur. Le secteur privé était inexistant (V. D. Truong 2013, p.41). Le modèle économique typique dans les zones rurales était des coopératives agricoles (P. Dang 2009). Les entreprises rurales étaient peu nombreuses, surtout entre 1976 et 1995 (cf. Tableau 25).

Tableau 25 : Année d'établissement des entreprises rurales au Vietnam (1976-1995)

Avant 1976	1976-1980	1981-1985	1986-1990	1991	1992	1993	1994	1995
4,9%	7,9%	4,9%	23,2%	6,7%	11,6%	12,8%	13,4%	14,6%

Source : (Ramamurthy 2001, p.76)

En 1977, les troupes des khmers rouges ont attaqué presque toutes les communes frontalières du Sud-est du Vietnam (An Giang, Kien Giang, Dong Thap, Long An). En 1979, l'Armée Populaire de Libération (APL) de Chine a envahi les provinces frontières nord du Vietnam (Lai Chau, Lao Cai, Ha Giang, Cao Bang, Lang Son, Quang Ninh).

A la fin de 1978 et en 1979, deux inondations violentes ont entraîné la perte des alimentations, des fonds, des maisons. Des centaines de milliers de personnes du delta du Mékong sont devenues sans domicile fixe (*màn trời chiếu đất)*. La plupart des surfaces cultivables ont été inondées entre 5 et 6 mois.

Tous ces événements ont eu pour conséquences des pénuries alimentaires à long terme et d'innombrables difficultés bouleversant gravement la vie locale (P. Dang 2009, p.18). Cela a amené les dirigeants locaux à déclencher le phénomène du *« phá rào »*[22] dans l'agriculture, le commerce et la détermination des prix des produits alimentaires avec pour effet une amélioration limitée des conditions de vie dans certaines localités à partir de 1981 (P. Dang

[22] Phá rào : littéralement, la rupture de clôture, fait référence aux actions des dirigeants locaux qui ont surmonté les barrières institutionnelles pour enlever les obstacles de l'économie de la planification centrale et plus généralement est utilisé pour désigner le fait de rompre une habitude, une règle,….

2009). Les coopératives agricoles ont été de plus en plus nombreuses à être dissoutes et l'économie des ménages a commencé à se développer (T. A. Nguyen 2016, p.69).

Dans le delta du Mékong, An Giang était la province pionnière, puis, le phénomène *« phá rào »* s'est répandu à Can Tho, Long An et dans les provinces voisines (P. Dang 2009). A ce moment-là, l'économie du pays tomba dans une grave crise d'hyperinflation à partir de 1985 et jusqu'en 1993 (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.326) (cf. Tableau 26).

Tableau 26 : Croissance réelle du PIB et taux d'inflation (1985-1993)

	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Croissance réelle du PIB	5,7	3,4	3,3	5,1	8,0	5,1	6,0	8,6	8,1
Taux d'inflation (%)	132	487	317	311	76	67,5	67,6	17,5	5,2

Source : (Masina 2006, p.62)

La province de Vinh Long était dans la même situation que le pays (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, 326) (cf. 4.3.1). C'est dans ces conditions difficiles que la province de Vinh Long a créé la compagnie touristique de Cuu Long en 1979. Cette compagnie et celle d'Hau Giang sont considérées comme les deux premières compagnies touristiques du delta du Mékong (Can Tho Tourist 2016, p.5).

A Vinh Long, les activités touristiques commencèrent après le Doi Moi quand la province accueillait les visiteurs de l'URSS (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, 504). Cette source de clientèle a été progressivement remplacée par des groupes des touristes occidentaux à partir de la désintégration de l'Union soviétique.

En fait, en 1991, c'est la première fois que la compagnie touristique de Cuu Long accueille et organise un séjour pour un groupe de touristes occidentaux dormant chez l'habitant. A cette époque, seule la compagnie touristique de Cuu Long, une compagnie de l'État pouvait organiser des visites touristiques pour les touristes étrangers. Les habitants n'avaient pas la permission d'accueillir librement les visiteurs étrangers.

Dans l'extrait suivant, Monsieur Chuc, responsable de compagnie touristique locale raconte de manière imagée le premier séjour chez l'habitant de touristes occidentaux en 1991 (cf. Encadré 3).

Encadré 3 : « Mon Dieu, nous avons dormi au paradis ! »

On est en 1991, pour la première fois, nous accueillons un groupe de 16 touristes chez l'habitant et organisons des visites officielles. Ils sont venus de Suisse mais pas de Genève car ils parlent allemand et anglais mais surtout allemand. Ce ne sont pas des étudiants. Au début, ce groupe voulait rendre visite et dormir chez l'habitant à la province de Ca Mau. A cette époque, le « miền Tây »[23] *n'avait pas encore développé le tourisme ! L'agence de voyage à Sài Gòn évaluait dangereux un tel voyage à Ca Mau : transport, logement, nourriture et visites ne répondant pas aux strictes minimums, sans oublier les moustiques, Ca Mau étant réputé comme le territoire des Culicidés. Le risque de*

[23] Localement, *« miền Tây »* signifie les provinces du delta du Mékong, situées dans le Sud-Ouest du Vietnam.

paludisme pour ces touristes était un facteur à ne pas prendre à la légère, malgré leur vaccination préalable avant d'aller au Việt Nam ou dans certains autres pays asiatiques. A cette époque, les « sếp » (chef) de l'agence de voyage à Cửu Long cherchaient à développer le tourisme dans la région où ils avaient déjà l''expérience avant avec les visiteurs soviétiques. Par pure coïncidence, ils étaient au courant du désir de ces touristes occidentaux : visiter et dormir chez l'habitant. Sans tarder, ils s'étaient rendus à Sài Gòn, avaient négocié avec l'agence de voyage. Résultats : ces touristes avaient pris la route de Vinh Long, l'itinéraire initial à Ca Mau était tombé à l'eau. Vinh Long avait récupéré ainsi les premiers touristes occidentaux : une affaire spectaculaire et fantastique ! (rires).

Comment ce voyage avait-il été organisé ? L'île d'An Binh fut choisie mais la plupart des maisons y étaient très rudimentaires : toits couverts de feuilles, de pailles, murs intérieurs en contreplaqués. Il n'y avait pratiquement aucun divertissement touristique. Une grande question fut alors posée : le choix de la famille d'accueil. Après de nombreuses discussions en présence de M. Ly Hoan Canh, professeur de géographie au lycée, ayant fait aussi des recherches sur les us et coutumes de la région avec une bonne connaissance des autochtones, la décision finale fut unanime sur le rôle vital de l'hôte. M. Canh avait proposé de choisir M. Sáu Giáo car tout d'abord, c'était une personne gaie, sociable, un beau vieux paysan de « miền Tây ». Il était grand, en bonne santé. Il avait l'habitude de porter la chemise ouverte pour accueillir les visiteurs. Parfois, il ne s'habillait que d'un maillot, d'un short et portait des tongs qui émettaient des sons « phệt phệt » en marchant. En particulier, il avait toujours le sourire aux lèvres avant de voir ses visiteurs. Ce n'était pas le sourire à contrecœur. Il commençait à rire « khà » dans sa maison, puis, il sortit accueillir ses visiteurs avec les sons « phệt » de ses tongs. Une main agitait son « quạt mo »[24]*, une autre serrait celle de ses visiteurs. Parfois, il lui arrivait de rater la main des visiteurs. C'était le style des paysans ! En plus, il avait une famille nombreuse. Ses enfants et petits-enfants vivaient en harmonie tout près les uns des autres. Enfin, la route menant à sa maison était assez praticable, les visiteurs pouvaient y accéder par le petit bateau ou à pied par le chemin de terre.*

Après avoir décidé sur le choix de la famille d'accueil, les responsables de l'agence de voyage de Cuu Long ne savaient pas comment organiser le coucher des touristes. Une chance inouïe ! Anciens militaires, après leur démobilisation, deux de ces responsables travaillaient dans le domaine touristique : M. Tam Hoai directeur et M. Sau Van vice-directeur. Par leurs relations via leurs amis, ils avaient pu acheter des « ghế bố », sorte de lits de camp utilisés par les soldats américains en campagne dans le Sud du Việt Nam avant 1975. Ces lits de camp pouvaient être pliés ou dépliés facilement munis des pieds en aluminium. A présent, on ne les trouve plus. Avant que les touristes aillent dormir, on préparait les lits de camp en ajoutant une couverture, un oreiller, le tout surmonté d'une moustiquaire. Le coucher était tout à fait sommaire comme ça.

Dans la culture de « miền Tây », seul le visiteur VIP peut dormir dans le salon. Quand il dort, il doit éviter d'orienter ses pieds vers l'autel. S'il commet cette erreur, il ne sera plus jamais invité. Etant des inconnus, les touristes étrangers ne sont évidemment pas autorisés à dormir dans la maison. En outre, la famille de M. Sáu Giáo était nombreuse. Chacun avait sa place, donc pas de lit disponible pour les touristes. Ces derniers devaient dormir dehors, sur la terrasse, sous la véranda.

A l'époque, l'île manquait d'infrastructures : aucune route bétonnée ou goudronnée. L'électricité existait, partagée avec la distribution de la province de Ben Tre mais d'une manière aléatoire par des coupures imprévisibles. La plupart des habitants disposaient des lampes à huile. Certains avaient des générateurs électriques. On n'avait pas de téléphone fixe, ni eau potable comme maintenant. Les gens devaient pomper l'eau des arroyos dans des barils installés sur une plate-

[24] Un éventail fait à partir du pétiole de la feuille d'aréquier.

forme en bois. L'eau filtrée et récupérée dans des grandes jarres posées par terre était utilisée pour la cuisine, douche et lessive. Les autorités locales se méfiaient également des touristes étrangers. La question de sécurité devint inévitable par la présence des policiers et milices qui surveillaient les touristes venus dormir chez l'habitant, avec carrément des armes à feu tel KM16 mais d'une manière discrète à leur insu.

Pour la nourriture, les habitants n'avaient pas pu s'en charger par crainte d'un souci d'hygiène alimentaire, du goût et du service. Pour résoudre ces problèmes, l'agence de voyage de Cuu Long avait déplacé la cuisine et les ustensiles du restaurant Phuong Thuy chez M. Sáu Giáo. Les plats, préparés également par le personnel de ce restaurant, étaient présentés sur des tables pour servir les touristes alors que les habitants avaient l'habitude de manger dans des grands bols.

Le lendemain, on avait demandé aux touristes si tout allait bien pour eux. Ils nous avaient répondu qu'ils avaient eu un peu du mal à fermer l'œil mais qu'ils étaient ravis. Intrigué par leur réponse, on avait insisté pour savoir. Ils nous avaient alors expliqué qu'ils avaient eu un peu froid en dormant en pleine nature, accompagnés des bruits « chít, chít » des souris, du chant des oiseaux, des insectes nocturnes, voire même avoir entendu l'appel au secours « èn ẹt » d'une grenouille avalée par un serpent. Ils avaient conclu : « Mon Dieu ! Nous avons dormi au paradis ! ».

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

Bien que les conditions d'accueil des touristes fussent délicates, cet accueil a été considéré comme un *« phá rào »* à Vinh Long. Ce fut une étape initiale importante pour le développement du tourisme à Vinh Long. A partir de 1992, le tourisme dans les vergers est fleurissant (*du lịch miệt vườn)* et attire de plus en plus de touristes domestiques comme étrangers, en particulier dans l'île d'An Binh (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, 504).

L'accueil des Suisses a apporté de la notoriété à Vinh Long, surtout pour la compagnie touristique de Cuu Long. Puis, cette compagnie a accueilli un deuxième groupe de 34 touristes occidentaux. M. Sáu Giáo n'ayant pas assez de place pour tous les accueillir, il a fallu répartir les touristes entre chez lui et chez ses voisins dans des conditions toujours difficiles, surtout au niveau de l'électricité et de l'eau potable (cf. Encadré 4).

Encadré 4 : Disparition mystérieuse de 8 touristes

Le premier groupe de touristes fut un test pour évaluer nos capacités d'accueil. Une surcharge de travail tombait avec 34 touristes du deuxième groupe. L'agence de voyage de Cuu Long devait contacter et choisir les maisons de conditions qualifiables. Alors, ils avaient choisi deux familles à proximité de celle de M. Sáu Giáo. En fait il s'agissait de ses proches : celles de M. Tam Bia et de M. Ba Ti. Lorsque les touristes restaient en même temps dans ces trois familles, il fallait renforcer le nombre de guides ; diviser en 2 petits groupes et aller chez l'habitant à pied. C'était la saison sèche, le déplacement en bateau devint impraticable, seule solution : une promenade à pied sur environ 2 km pour aller dormir.

Au moment d'aller nous coucher, nous nous rendons compte de l'absence de 8 touristes. Mais à quel moment ils avaient disparu ? Avant leur arrivée, nous avions embauché des milices pour renforcer la sécurité. Que devions-nous faire alors que sur 34 touristes, 8 n'étaient pas présents. Nous commencions par les chercher dans les alentours sans résultat. Paniqués, nous avions immédiatement contacté le directeur par talkie-walkie (grands comme des briques, le téléphone n'existait pas encore à l'époque). Le directeur était venu rapidement en bateau, affolé lui aussi. Puis

M. Sau Van, le vice-directeur lui aussi était venu, le visage vert de peur. Comment résoudre ce problème ? Au contrôle, on avait trouvé 8 lits vides. Un grand problème ! Une grande frayeur ! La sécurité des touristes voire même de la région en alerte extrême !

Alors, nous nous étions réunis pour en discuter et essayer de trouver une solution : Pourquoi étaient-ils absents ? C'était très dangereux, cette une disparition soudaine à 23 heures. Des hypothèses furent émises : enlèvement, accident mortel par chute dans l'eau, égarement ou autre….

Tout d'un coup, ça me revint, nous avions vu une troupe de « Cải lương » (Théâtre rénové) cet après-midi. Mince alors ! C'était exactement au marché Hoa Ninh. Les touristes m'avaient posé la question et je leur avais expliqué que c'était une troupe d'opéra de « Cải lương » au Vietnam. Ils m'avaient demandé les horaires et je leur avais répondu : « Ce soir » ! Parmi les artistes, se trouvait un gamin assez malin. A l'époque, pendant une scène de combat, une corde fut fixée autour de la taille du gamin qui fut soulevé en l'air pour s'envoler comme dans les films d'Arts Martiaux. Ce gamin adorait cette scène. Ravi d'avoir vu les touristes étrangers, il avait demandé à ses collègues de l'aider à « s'envoler » pour leur faire une démonstration. Et d'après moi, ces 8 touristes étaient sans doute retournés au même endroit dans l'espoir de voir le spectacle de Cải lương. Bien entendu, ce n'était qu'une hypothèse. Sitôt dit sitôt fait.

Toute l'équipe d'organisateurs se mirent en route direction le marché Hoa Ninh, en explorant minutieusement tout au long du chemin. Lorsque je vis apparaître par terre et serviettes et chaussettes…, alors je pouvais garantir leur présence au marché. On voulait savoir pourquoi j'étais si sûr de moi. « Voilà la preuve ! » Tout ce qui pouvait servir comme repères était là : Mouchoirs, chaussettes, chaussures semés par terre tout au long du chemin. « Ces étrangers ont été éduqués de cette façon dès leur enfance », j'avais expliqué aux autres. Et bien sûr, vers la fin, sans chaussette, ni chaussure, ces 8 touristes marchaient carrément pieds nus…sur une distance de 2 km vers la maison d'hôte.

Autrefois, c'était un très beau chemin de terre garni de chaque côté d'une rangée bien alignée de manguiers. Ces touristes avaient semé leurs indices jusqu'au hameau. Ils étaient là. Impatients d'attendre le début du spectacle, ils bougeaient sans arrêt. Mais avec le crachin ce soir-là, pas de spectacle. Sans le savoir, ces touristes continuaient de marcher en long et en large. Alors on se cacha dans un coin pour les observer. On vit qu'ils tenaient leur appareil de photo en main, attendant le début du spectacle. Le responsable de l'équipe nous donnait l'ordre d'enlever en silence tous leurs indices.

Côté touristes : Pas de spectacle, il fallait commencer à rentrer. Mais panique : plus aucun point de repère ! On attendit ce moment précis pour faire notre apparition et les emmener à la maison. Ils disaient : « Nous sommes partis aller voir le « Cải lương . C'est vous qui nous avez suggéré d'y aller ». Ces étrangers possédaient une très grande capacité d'exploration. On les avait donc conduits chez l'habitant, puis dodo pour tout le monde.

A mon avis, au début, l'électricité et l'eau potable étaient les difficultés majeures dans l'accueil des touristes.

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

Comme la demande pour dormir chez l'habitant augmentait de plus en plus pour une capacité d'accueil limitée, la compagnie touristique de Cuu Long a dû prêter une grande somme d'argent à M. Sáu Giáo pour qu'il répare sa maison dans le but d'améliorer des conditions de

l'accueil des touristes. En outre, cette compagnie a diversifié les activités touristiques par l'introduction d'activités nocturnes en 1993 (cf. Encadré 5).

Encadré 5 : Les activités nocturnes chez habitant

Suite au succès d'accueil des premiers groupes, les touristes étaient venus de plus en plus nombreux chez M. Sáu Giáo. À ce moment-là, l'agence de voyage de Cuu Long, une agence publique, avait prêté une quarantaine de millions de dongs à M. Sáu Giáo pour faire réparer sa maison. Dans les années 1990, une quarantaine de millions représentait une très grande somme d'argent. M. Sáu Giáo était obligé de prendre contact avec des professionnels des régions du centre pour acheter du bois indispensable à la réparation de sa maison.

Avant son arrivée à Saïgon, le camion transportant le bois fut arrêté par les gardes forestiers qui pensaient avoir affaire à une contrebande. Mais l'achat du bois par le propriétaire était pour faire réparer sa maison. Donc, l'agence de voyage de Cuu Long fut obligée d'intervenir. Par la suite, elle avait récupéré son prêt pris sur le loyer annuel de la maison de M. Sáu Giáo

Pour les premiers groupes, les touristes avaient pris l'habitude de discuter avec les membres de la famille, puis manger des fruits après le dîner. Ensuite, ils allaient dormir tôt faute d'activités nocturnes et aussi parce que leurs hôtes faisaient partie des couche-tôt, vers 19 ou 20 heures, faute d'électricité insuffisante et de télévision. Dans l'objectif de créer des divertissements pour les touristes et les familles d'accueil, l'agence de voyage de Cuu Long avait réalisé certains services tels le « Cải lương », les spectacles de magie et des arts martiaux populaires…le théâtre « Cải lương » présenté le soir en 1993 était encore quelque chose inconnue des activités touristiques.

On peut affirmer le rôle premier de l'agence de voyage de Cuu Long dans la création du « Cải lương » pour les touristes avant même celui de l'agence Saïgontourist. À cette époque, cette agence dont la maison mère se situait à Saïgon, était puissante. Elle s'était engagée dans le tourisme bien longtemps avant les autres. Je dois avouer qu'à ce moment-là, j'étais un guide touristique très amateur : je ne savais quoi raconter et je ne pouvais que chanter de manière la plus simple, ignorant encore la notion d'animateur.

Dans cette région, on ne trouvait pas encore de restaurant, la notion d'animateur était inconnue des guides : ils étaient incapables d'animer un spectacle. Les théâtres de « Cải lương » n'étant pas assez intéressants, on avait ajouté les présentations d'arts martiaux typiques de la culture régionale. Les arts martiaux sont en fait ceux de Nam Kiên Long utilisant plutôt les coups de poing, pas de pied.

Autrement dit, aux théâtres de « Cải lương », suivaient les démonstrations des arts martiaux et les échanges entre les différents partenaires. Intercalé entre le Cải lương et les arts martiaux, c'était le spectacle de magie, mais de la magie populaire, de rue, pas dans une grande salle comme en ville. Le magicien s'installa en face des spectateurs, les invitait parfois à participer à certains numéros. Un exemple sur l'aspect de certaines de ces présentations : le magicien portait une chemise « bà ba », chemise typique des gens du Delta.

Il faisait partie du groupe Son Dông, qui parcourait la campagne pour faire ses présentations. Il sortait ses matériels contenus dans sa valise pour transférer dans un grand panier tressé en bambou. Les touristes occidentaux préféraient voir les paniers en bambou, pas les valises collées pleines de publicités de mauvais goût. Le magicien, en chemise « bà ba » et à pieds nus, était de grande taille, un corps d'athlète. A l'époque, c'était MM. Binh et Hai Ho. M. Hai Ho, magicien habitué dans les marchés en province, était de passage à An Binh. Après la magie, suivaient les arts martiaux. Parmi les touristes, certains pratiquaient aussi ce genre de sport. Des échanges entre arts martiaux

régionaux et karaté se déroulaient parfois jusqu'à minuit. Seul ce genre d'échange d'arts martiaux pouvait durer jusqu'à minuit.

A la fin des spectacles, théâtre rénové, magie, arts martiaux, artistes, hôtes et touristes, se retrouvèrent ensemble pour boire un coup. Entre ces personnes, il n'y avait pas de barrière entre artistes-spectateurs mais simplement des échanges pour apprendre. Tout le monde y compris les organisateurs, voire aussi les voisins, arrosaient ensemble leur soirée en buvant. Oui mais ils ne buvaient que du rượu đế (alcool de riz). Après leur dîner, les touristes assistaient à ces spectacles terminés par la boisson de rượu đế et fruits. Mais les organisateurs se limitaient à un ou deux verres, pas plus, sinon ils risqueraient une discipline. Ces présentations marchaient bien en 1993.

Mais c'est difficile de les reproduire de nos jours. Si nous analysons les points forts des premiers groupes depuis le début, nous dirions qu'ils correspondent vraiment à des séjours chez l'habitant : l'hôte rit avec ses invités, ils boivent ensemble le « rượu đế » puis discutent de tout et de rien, ce qui créé l'ambiance nécessaire à un véritable « homestay », indispensable pour découvrir la communauté locale.

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

A partir de 1995, les infrastructures de Vinh Long ont commencé à s'améliorer. L'électricité, le téléphone fixe apparaissent petit à petit à la campagne (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.597-598). Les activités touristiques dans les vergers continuent d'attirer de plus en plus de touristes, notamment domestiques (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.504).

C'est à cette époque que certains habitants de l'île d'An Binh lancent des homestays : Mai Quoc Nam I, Muoi Day (1996), Muoi Huong (1999). Les conditions d'accueil s'améliorent ; par exemple, des lits de camps équipent de plus en plus de homestays (cf. Photo 7).

Photo 7 : Lits de camp au homestay de Muoi Day

Auteur, 2016

La compagnie touristique de Cuu Long continue de jouer le rôle principal dans la distribution des touristes aux homestays en achetant les services apportés par les familles qui reçoivent les touristes. Les savoir-faire (l'accueil, le service) de ces familles s'améliorent au cours du temps et les familles souhaitent augmenter les prix de vente, générant des conflits entre l'agence et les habitants.

Ainsi, le homestay de Mai Quoc Nam I quitte la compagnie touristique de Cuu Long, puis, après des travaux d'extension avec plus de chambres, choisi de coopérer avec des compagnies touristiques de Saïgon (cf. Encadré 6).

Encadré 6 : Conflits entre l'agence de voyage et les propriétaires des homestays

Au début, l'agence de voyage de Cuu Long détenait le rôle principal dans l'accueil et le service des touristes.

Les membres des familles locaux n'avaient qu'un rôle secondaire pour la cuisine, le ménage et la vaisselle. Puis, très vite, ils savaient comment faire la cuisine, préparer des rouleaux de printemps, des nems, des poissons à oreilles d'éléphant grillés sur la table d'hôte. En plus, connaissant mieux le goût de différents types de touristes, ils remplaçaient progressivement les ustensiles de cuisine de Cuu Long par les leurs, réservés normalement aux cérémonies de mariage. Leurs compétences d'accueil s'amélioraient aussi.

Ils pouvaient s'occuper des groupes de nombreux touristes. Plus important encore, ces derniers préféraient leur service à celui du personnel de Cuu Long. Alors, on voyait apparaître les conflits. Chaque fois que le personnel de Cuu Long venait faire la cuisine chez l'habitant, ce dernier manifestait son mécontentement.

Tout d'abord, c'était la famille de M. Sáu Giáo pour commencer ! Ils voulaient être mieux payés par l'agence de voyage. Puis, la famille de M. Mai Quoc Nam avait élargi sa maison avec une partie transformée en dortoirs. Mai Quoc Nam avait quitté l'agence de voyage de Cuu Long pour coopérer directement avec l'agence de Saïgontourist en 1997. On pourrait évoquer l'intervention de M. Mai Quoc Binh pour aider son grand frère dans cette séparation.

Puis M. Muoi Huong avait également transformé la terrasse de sa maison en dortoirs pour accueillir les touristes. A partir de ce moment, les traits caractéristiques de homestay (hébergement chez l'habitant) commençaient à décliner vers une direction moins intéressante.

Les habitants savaient mieux faire la cuisine, servir d'une manière plus professionnelle mais ils n'avaient plus beaucoup de temps pour s'occuper de leurs clients, trop occupés à leur vendre des boissons et pas assez de temps pour papoter avec eux. L'accueil des touristes avec le rire sympathique « khà khà » comme celui de M. Sáu Giáo devint de plus en plus rare.

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

Le tourisme de Vinh Long poursuit son développement, en particulier après l'inauguration du pont de My Thuan en 2000 (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017b, P.665). A partir de là, la compagnie touristique de Cuu se concentre plutôt sur les visites du jour que l'accueil des touristes chez l'habitant, avec pour conséquence de moins en moins d'activités nocturnes dans les homestays : elle commence par abandonner « *les arts martiaux, puis la magie et enfin l'art musical « Đờn ca tài tử » »* (EC.07-M. Chuc, responsable de la compagnie touristique Cuu Long).

A partir de 2000, le climat du secteur privé s'améliore. La loi sur les entreprises entrée en vigueur en 2000 réduit les formalités administratives lors de la création d'une entreprise privée (Gainsborough 2010, p.77). Les infrastructures (électricité, télécommunication) ont été améliorées dans l'île d'An Binh. L'arrivée des touristes ne cesse d'augmenter alors même que la compagnie touristique de Cuu Long néglige le homestay. Mais conscients des opportunités de cette fréquentation touristique, de nouveaux habitants lancent des homestays : Tám Tiền (2000) et Ba Linh (2001).

Le niveau de confort reste encore limité mais semble compensé par une convivialité naturelle : « *En 2001, nous n'avions investi que dans des toilettes collectives dans le jardin. Nous réservions une maison avec une grande chambre dans le jardin pour les touristes. Et notre famille laissait les touristes dormir sur des lits de camp chez nous. A ce moment-là, nous n'accueillions qu'un groupe, pas deux, et nous prenions le repas dans la cour devant la maison. Autrefois, il n'y avait pas de vrai service culinaire, simplement de faire la cuisine puis d'offrir le repas aux touristes, et mon père, encore vivant, venait leur parler, c'était tout.* » (RP.11-M. Truong, propriétaire de homestay).

A partir de 2004, la compagnie touristique de Cuu Long n'arrivait pas à faire face à la demande de transport des touristes. Certains habitants ont fait construire des bateaux afin de coopérer avec cette compagnie touristique, emmenant aussi les passagers spontanément vers les lieux touristiques.

Ils ont également hébergé des *« Tây ba lô »* chez eux sans permission et dans des conditions très rustiques : « *A partir de 2004, j'ai amené des « Tây ba lô » chez nous. Au début, nous ne savions pas quoi faire car il n'y avait pas de chambres comme aujourd'hui. Ici, nous accrochions seulement les rideaux pour qu'ils puissent dormir, et ils ont dormi par terre avec les nattes. Autrefois, nous ne connaissions ni la notion de homestay, ni les procédures d'enregistrement : nous ne connaissions rien. Pourtant, les touristes étaient si nombreux qu'il s'agissait d'un groupe d'une vingtaine ou trentaine. À ce moment-là, les occidentaux ne connaissaient pas beaucoup les prix, donc nous leur faisions payer aussi deux cent mille dongs. Je peux dire qu'il y avait souvent deux touristes par table, ou 4, ou 6, et nous devions les mettre à un endroit plein de boue et où ils prenaient les repas. Ils dormaient comme des sardines.* » (RP.03-M. Chin, propriétaire de homestay).

A partir de 2005, les infrastructures locales continuent d'être améliorées : dans la plupart des communes rurales, y compris dans l'île d'An Binh, on peut trouver des téléphones fixes et Internet (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017a, p.597-598) même si la qualité de connexion n'est alors pas très bonne ce qui empêche parfois son utilisation (RG.15-M. Nguyen, un gérant de homestay).

En 2005, la compagnie touristique de Cuu Long est transformée en société par actions, ce qui signe la fin officielle du monopole dans les activités touristiques à Vinh Long et l'émergence d'entreprises touristiques privées locales telles que Mekong Travel (2005), Vinh Long Tourist (2007) et la venue dans la province d'agences de voyage d'Ho Chi Minh Ville et de Hanoï. Cette évolution a un effet dynamiseur sur le tourisme homestay dans l'île, avec la création de nombreux homestays : Bay Trung (2006), Bay Thoi, Mai Quoc Nam II, Nam Thanh (2007), Hai Dao, Ut Trinh (2009).

A partir de ce moment-là, certains des homestays se rapprochent de plus en plus de l'hôtellerie classique comme celui qui nous est présenté ici par Mme Binh, une propriétaire de homestay : « *En 2009, j'ai construit mon premier homestay. Je suis la première personne*

dans cette province à avoir construit un homestay avec une salle de bain à l'intérieur. A ce moment-là, de nombreuses personnes m'ont désapprouvé en disant que des toilettes dans le bâtiment ne sont pas nécessaires et que les touristes doivent vivre comme les autochtones. Je pense néanmoins que c'est une bonne idée. […] J'ai une autre idée : je veux que les touristes aient un espace privé et agréable pour leur repos, après une journée à voyager et à essayer à vivre le quotidien d'un autochtone. Le homestay est moins riche et luxueux que l'hôtel ou le resort, c'est pourquoi il faut créer un espace agréable pour les voyageurs. Alors je pense que la salle de bain à l'intérieur est très commode. » (RP.02-Mme Binh).

D'autres continuent à accueillir les touristes dans des conditions modestes : « *En 2010, il y a eu de l'électricité, mais pas l'eau potable. J'ai demandé à ma mère de pouvoir gérer un homestay. J'ai séparé notre maison en 4 parties, acheté des lits sur lesquels j'étendais des nattes, j'ai construit des toilettes sur laquelle nous nous tenions accroupis, ce qui n'était pas facile pour les touristes à utiliser. »* (RP.06-M. Nam, un propriétaire de homestay).

En 2009, le Ministère de la science et de la technologie du Vietnam a élaboré des standards nationaux pour les homestays (Ministère de la science et de la technologie du Vietnam 2009) en se concentrant sur les éléments suivants :

1) La situation géographique, l'architecture ;
2) L'équipement, les installations ;
3) Le service et la capacité de service ;
4) Le personnel ;
5) L'hygiène, la sécurité alimentaire, la sécurité nationale, la prévention des incendies et des explosions.

Depuis ces standards sont appliqués sur place. Il faut effectuer plusieurs démarches administratives afin d'obtenir l'autorisation d'exploitation d'un homestay. L'exploitation d'un homestays est sous la responsabilité de 5 unités provinciales, 6 unités de district et 1 unité de commune (cf. Annexe 2).

Après l'obtention de l'autorisation, le Service de la culture, des sports et du tourisme de la province délivre une licence. Puis, le homestay sera inspecté tous les 6 mois afin de s'assurer qu'il est conforme à la réglementation. Le propriétaire du homestay doit déclarer et présenter le passeport des clients à la police communale avant 23 heures le soir.

Si les homestays de l'île d'An Binh ont commencé dans des conditions frustres, les premiers touristes devant même dormir par terre sur des nattes, depuis l'application de ces standards nationaux, la qualité des homestays s'est considérablement améliorée.

Plusieurs homestays sont équipés comme des hôtels. Les compétences d'accueil et de service des entrepreneurs de homestay sont de plus en plus élevées, atteignant des niveaux professionnels. Certains homestays ont même abouti aux standards du homestay d'ASEAN comme le homestay Ut Trinh, Phuong Thao.

5.2 Homestay et décision d'investir

5.2.1 Un portrait des entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh

Autrefois, la majorité des habitants de l'île d'An Binh étaient horticulteurs (T. H. C. Pham 2009) à côté de quelques commerçants. Les habitants ont le caractère dynamique du peuple de *« miền Tây »*, issus des migrants du Nord et du Centre du pays.

Les gens ont osé quitter leur pays natal, abandonné leur vie fermée dans les cordons épais de bambous autour des villages pour aller vivre dans les villages ouverts de « miền Tây » où il n'y a ni cordons épais de bambous autour du village ni portes de villages. Leurs maisons actuelles ne sont pas rassemblées mais dispersées le long des rivières, des canaux ou des routes pour pouvoir faire facilement du commerce.

Les habitant sont très commerçants, créatifs et capables d'absorber la nouveauté (N. T. Tran 2006, p.144-156). Ils ont aussi une personnalité aventurière, ne craignant pas le risque. Ils ont de la détermination et de la témérité. Ils sont déterminés à pouvoir faire ce qu'ils veulent et à accepter tous les risques pour gagner leur vie (Huynh 2009). *

Le témoignage de Mme Oanh en est un excellent exemple : *« Ce bac, c'est moi qui l'ai fait. Je regardais d'autres personnes qui ont réussi et je les imitais. J'ai eu l'idée de construire un bateau pour accueillir des touristes pour la compagnie touristique de Cuu Long. Au début, j'ai demandé à ma mère de construire un bac, parce que je voyais beaucoup de personnes qui avaient réussi. Je traînais beaucoup près du quai, où normalement, personne ne venait ! J'étais manucure, je travaillais auprès du marché jusqu'au quai. Je voyais ce métier, et je l'ai bien aimé. Près de chez moi, il y avait des époux qui l'ont fait avec succès.*

A ce temps-là, j'avais juste 20 ans. Ma mère n'était pas d'accord. Elle dit : « Dépensons des taels, ce n'est pas sûr de récupérer le capital. » Personne n'était d'accord. On était très pauvres, ayant économisé un peu de l'argent, si on dépensait tout, et ça ne marchait pas, on ne pouvait pas récupérer le capital, comment faire ? J'ai dit : « Les autres osent de dépenser de l'argent sur des jeux d'argent, si on ne peut pas gagner de ce bac, on va faire du commerce. Ne t'en fais pas. Vas-y, les autres osent de jouer des jeux d'argent, et on n'ose pas de faire du commerce ? » Et puis on l'a construit. » (RG.14-Mme Oanh, une gérante de homestay).

Les habitants de l'île sont aussi ouverts et sensibles à l'économie de marché et d'esprit libre (P. L. Ngo 2006, p.281). Ils sont également simples, généreux et hospitalier (N. T. Tran 2006, p.144-156).

Les exemples ci-dessous présentent certaines caractéristiques des premiers entrepreneurs de homestay dans l'île d'An Binh (cf. Encadré 7, Photo 8, Encadré 8, Photo 9).

Encadré 7 : Portrait de M. Sáu Giáo

« M. Sáu Giáo était une personne gaie, sociable, un beau vieux paysan de « miền Tây ». Il était grand, en bonne santé. Il avait l'habitude de porter la chemise ouverte pour accueillir les visiteurs. Parfois, il ne s'habillait que d'un maillot, d'un short et portait des tongs qui émettaient des sons « phệt phệt » en marchant.

En particulier, il avait toujours le sourire aux lèvres avant de voir ses visiteurs. Ce n'était pas le sourire à contrecœur. Il commençait à rire « khà khà » dans sa maison, puis, il sortit accueillir ses visiteurs avec les sons « phệt phệt » de ses tongs. Une main agitait son « quạt mo »[25], une autre serrait celle de ses visiteurs. Parfois, il lui arrivait de rater la main des visiteurs. C'était le style des paysans ! »[26]

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

Photo 8 : M. Sáu Giáo avec un touriste étranger

Pris par l'auteur chez son cadet actuel, 2017

Encadré 8 : Portrait de M. Tam Ho

Photo 9 : M. Tam Ho au milieu de deux touristes étrangers

Pris par l'auteur chez son fils actuel, 2018

Tout d'abord, il s'agit d'une silhouette et d'une personnalité très particulière de vieux habitants à la barbichette de « miền Tây » comme mon père : sa personnalité généreuse, hospitalière, populaire et sociable, il aime prendre contact avec les autres.
Il avait d'habitude de s'habiller seulement le short ni chemise, ni maillot, même ni tongs.
Autrefois, les touristes de toute sorte de l'âge et du sexe l'aimaient et l'adoraient. Malheureusement, il est mort maintenant.

Source : Entretien RP.07-M. Nghiep

En général, le delta du Mékong est considéré comme la région la moins éduquée du pays. Dans certaines régions rurales de ce delta, 45% des personnes plus de 15 ans n'achèvent aucun niveau scolaire. Les étudiants universitaires et postuniversitaires ne représentent qu'environ 4% de la population de 20 à 24 ans (N. N. A. Pham 2014, p.105).

Mais d'après un propriétaire de homestay, le niveau d'éducation des habitants de cette île serait supérieur à celui des régions voisines : *« Il y a une chose étrange à propos des habitants de cette île, en général, ils sont assez bien instruits, alors que ceux qui habitent à proximité,*

[25] L'éventail fait de base du pétiole de la feuille d'aréquier.

[26] Extrait déjà cité dans Encadré 3

font la guerre ou se battent, sont moins cultivés. Le sentiment des habitants de cette île est plein pour les touristes : ils les saluent en les voyant ; ils les guident s'ils se perdent dans la rue. C'est pourquoi les touristes les aiment. Les habitants s'habituent aux salutations dans la vie quotidienne. » (RP.07-M. Nghiep).

En réalité, les premiers entrepreneurs de homestay ont une bonne éducation. Par exemple, monsieur Muoi Huong pouvait parler français (il est mort), monsieur M. Tam Tien était enseignant à l'école primaire pendant la guerre américaine ou monsieur Ba Hung faisait des études à l'Ecole nationale de Musique à Saïgon avant 1975. Ces personnes n'avaient aucune expérience dans le tourisme. Et la plupart des jeunes femmes ont un niveau d'éducation universitaire (le propriétaire de homestay Phuong Thao, Ut Trinh, Ut Thuy...) et ont été guides touristiques auparavant. Elles parlent bien anglais.

Il est vrai que certains n'ont pas dépassé le collège comme les propriétaires des homestays Ngoc Sang, Ngoc Phuong, Chin Manh…mais ils avaient aussi de l'expérience dans le tourisme car ils étaient conducteurs de bateau pour la compagnie touristique de Cuu Long. Niveau d'éducation et/ou expérience passée dans le tourisme jouent un rôle dans la décision d'investir un homestay, étant donné que ce sont des caractéristiques communes aux entrepreneurs de notre échantillon.

Et nous pouvons aussi relever une différence chez nos entrepreneurs avec le portrait d'un entrepreneur moyen rural du Vietnam, qui est un homme d'âge moyen avec au moins 7 ans d'études et une expérience antérieure dans un poste de responsabilité (Ronnås et Ramamurthy 2001, p.328).

5.2.2 La création d'un homestay : un chemin rempli d'obstacles

Créer un homestay n'est pas une mince affaire. Cela suppose de prendre des risques. Selon (Chapman et Cooper 1983), dans ce domaine, le risque est la possibilité de souffrir des pertes économiques et financières ou des dommages matériels, en raison d'une incertitude inhérente aux actions prises. Le risque est un élément incontournable du fait d'être un entrepreneur (Slade 2009, p.49; Busenitz 1999, p326), en particulier lorsque une nouvelle entreprise se fixe un objectif inconnu dans le but de réaliser une croissance substantielle et des performances supérieures à la moyenne (Busenitz 1999, p.326).

Les risques sont nombreux : perdre l'investissement initial, des opportunités de carrière, des relations sociales, familiales, de la richesse personnelle et du bien-être psychique (Allah et Nakhaie 2011). Les risques peuvent être causés par des facteurs externes (aspects économiques, environnementaux, sociaux, politiques et technologiques) ou internes (infrastructures, ressources humaines, processus et technologies utilisés par une entreprise) (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) 2004, p.42).

Cependant, (Grable et Lytton 1998) affirment que le niveau d'éducation des entrepreneurs est la variable la plus significative pour différencier l'intensité de la prise de risque. Les entrepreneurs qui ont reçu une meilleure éducation démontrent une capacité plus forte

d'acquisition, d'assimilation et de transformation des connaissances, ce qui facilite la prise d'initiative et la compréhension des opérations stratégiques de l'entreprise. Ils sont également enclins à mettre en place des procédures formalisées lors de la manœuvre des activités commerciales, ce qui minimisera les pertes pouvant survenir lors du processus de création d'entreprise.

Dans le secteur du homestay, quelques études se sont intéressés aux défis rencontrés par les entrepreneurs (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015; Ahmad, Jabeen, et Khan 2014; Shukor et al. 2014; Pusiran et Xiao 2013; Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012; Beliveau et al. 2012). Parmi ces études, l'étude de (Kwaramba et al. 2012) met en évidence les nombreux défis qui s'adressent aux entrepreneurs féminins à Kwam et Makana (Afrique du Sud) : faible connaissance du produit, manque de direction du projet, faible motivation pour la croissance, manque de relations sociales, dépendance envers le gouvernement pour la promotion. Et (Ahmad, Jabeen, et Khan 2014) listent aussi de nombreux obstacles rencontrés par les entrepreneurs de homestay en Malaisie péninsulaire (cf. tableau ci-dessous).

Tableau 27 : Obstacles rencontrés par les entrepreneurs de homestay en Malaisie

Obstacles
Manque d'orientation du service
Manque des facilités
Insécurité
Concurrence avec les homestays non enregistrement
Difficile de maintenir le standard/ niveau de propreté optimal
Difficile de maintenir l'exigence et la conformité
Pas assez de formation pour gérer le homestay
Manque de compréhension interculturelle
Difficile de savoir le comportement des touristes
Manque d'accessibilité pour le transport et la communication
Absence de surveillance de la part du ministère et du gouvernement de l'État
Manque d'image de marque et de programme marketing
Pas assez de chambre

Source : (Ahmad, Jabeen, et Khan 2014, p.38)

Au Vietnam, (T. H. Bui et Nguyen 2007) ont identifié différents obstacles : la malhonnêteté des guides touristique à Sapa (Lao Cai) ; la commercialisation des ressources traditionnelles à Mai Chau (Hoa Binh) ; la faible coordination entre les parties prenantes et le manque d'expérience touristique à Lang Doi (Thua Thien Hué) ; la complication de la gestion des relations avec les parties prenantes à Kim Bong (Hoi An) ; les contrats monopolistiques avec des compagnies touristiques et le conflit entre les parties impliquées à Hoa Hung (An Giang). L'étude de (Q. N. Nguyen 2013b, p.12) dans le delta du Mékong évoque pour sa part le manque de compétences de la famille et le manque de relations avec des agences de voyage.

Les données de notre étude montrent que la langue étrangère est l'une des difficultés les plus citées par les entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh. Mais ce n'est pas un obstacle insurmontable pour tous. Nombreux sont ceux qui se sont lancés sans aucune maîtrise de la langue (M. Muoi, M. Nam, M. Tien, M. Tam Tien, M. Truong, les parents de Mme Hoang, Mme Oanh). Soit, ils l'apprennent petit à petit, soit ils échangent avec les touristes d'une manière différente (par le service, en leur préparant de bons plats,) en laissant le soin aux guides touristiques de parler comme M. Muoi : *« Je ne parle pas anglais, les guides touristiques s'en occupent. Je sers seulement les touristes. »* (RP.05-M. Muoi) ou les parents de Mme Hoang : « *Mes parents ne savaient pas parler anglais. Ils savaient juste quelques phrases de salutations. Mon père ne savait pas du tout comment s'exprimer. Il faisait donc de bons plats pour eux, parce qu'il ne savait rien dire en langue étrangère »* (RG.12 Mme Hoang).

Selon T.V. Bui, 82,4% des entrepreneurs ont un niveau débutant en anglais tandis que seul 17,6% parlent couramment cette langue dans l'île d'An Binh (T. V. Bui 2014, p.78).

Ces résultats sont conformes à ce qui ressort de l'enquête menée par l'agence de coopération néerlandaise dans les provinces montagneuses du nord du pays en 2011 et qui met en évidence que la langue étrangère (anglais) est un des défis les plus grands chez les entrepreneurs de homestay (SNV Vietnam 2011).

Nous observons que l'absence de maîtrise de l'anglais gêne la communication entre les entrepreneurs et leurs clients et les rend dépendants des guides touristiques. Tous ceux que nous avons interrogés ne sont pas dans cette situation car certains étaient guides touristiques (le propriétaire de homestay Phuong Thao, Ut Thuy, Ut Trinh…) et d'autres ont appris l'anglais avant de démarrer le homestay (le gérant de homestay Bay Thoi, Muoi Huong, Nam Thanh…).

La maîtrise de l'anglais peut aussi amener à travailler dans le tourisme et à créer un homestay même si ce n'était pas l'objectif initial : *« Autrefois, après avoir eu le bac, je voulais étudier à l'université de pédagogie de Ho Chi Minh Ville mais j'ai échoué. Je suis retourné à Vinh Long. Je ne savais pas quoi faire. Je suis resté à la maison pendant deux ans. Puis j'ai commencé à apprendre l'anglais sans savoir pour quoi faire. A ce moment-là, les touristes étrangers n'étaient pas nombreux comme maintenant. J'allais souvent à Vinh Long afin de communiquer en anglais avec les touristes. Je les aimais (rire). J'aime le tourisme. Après avoir fini me formation d'anglais, j'ai travaillé comme un guide touristique dans la compagnie touristique de Cuu Long avant d'ouvrir un homestay. »* (RP.08-M. Phu).

Nos données indiquent aussi que les procédures administratives, la bureaucratie, les politiques fiscales compliquées constituent un obstacle au développement des homestays (la procédure administrative est détaillée en Annexe 2) et peut décourager certains habitants de se lancer.

M. Nam, agriculteur au départ et sans expérience ni soutien a mis 18 mois pour arriver à trouver son chemin dans le maquis des procédures : « *nous étions agriculteurs qui ne connaissions pas parfaitement les procédures administratives ; alors, un employé nous*

conseillait un document, puis un autre nous conseillait un autre document. J'ai eu besoin de 18 mois pour accomplir ces procédures. Nous avons tout fait nous-mêmes sans bénéficier d'aucun conseil d'autrui. » (RP.06-M. Nam).

Mme Binh résume parfaitement la situation vécue par les entrepreneurs de homestay : « *Actuellement, la chose la plus difficile concernant le homestay est celle de procédures d'établissement car un homestay demande au moins de 7 certificats qu'il est difficile de fournir par les habitants. Par exemple : les chambres, la cuisine, la réception, la sécurité alimentaire, les hygiènes environnementales, la sécurité sociale, les préventions et luttes contre le feu…tous les critères sont identiques à ceux des hôtels : il faut tout apprendre.*

En fait, tous ces documents apportent des avantages à la fois aux touristes et à nous-mêmes. Les partenaires touristiques au Vietnam nous demandent aussi des critères. Par exemple : ils nous demandent de présenter les compétences de préventions et de luttes contre le feu, ou les connaissances sur la sécurité alimentaire.

Mais à mon avis, ces procédures sont compliquées. Pour les habitants et la plupart des gens, homestay est tout simplement le fait que les touristes vivent et mangent avec les habitants. Or, les régulations sont trop sévères. » (RP.02-Mme Binh)

D'autres se plaignent du niveau des taxes et de leur augmentation et de la paperasserie que cela génère (M. Muoi, M. Truong) : « *Actuellement, il faut payer un impôt plus élevé que dans tout autre domaine. Autrefois, nous avions de nombreux touristes avec des impôts moins élevés. Maintenant, c'est contradictoire. Par exemple : je dois payer 2 million 97 mille dongs chaque trimestre alors que je ne gagne qu'un million par mois à la base saison. »* (RP.05-M. Muoi).

Le directeur du Centre de la Promotion touristique de la province reconnait lui-même que la complexité des procédures administratives et fiscales dissuade non seulement la création mais aussi l'exploitation d'un homestay alors même que la province n'apporte aucun soutien à ceux qui se lancent dans l'activité : « *la province voisine de Dong Thap finance 5 000 000 VND pour la construction de chaque chambre ou 50% des intérêts des prêts pour les entreprises dans le secteur touristique alors que notre province ne fait rien. En outre, la complexité des procédures administratives, des politiques fiscales décourage les entrepreneurs de homestay. Certains veulent même fermer leur homestay. »* (EA.03-M. Minh).

Ces difficultés ne sont pas différentes de celles qui ressortent d'une étude portant sur l'ensemble du secteur privé vietnamien (Vuong et Tran 2009).

Nous avons vu précédemment quel rôle important a joué la compagnie touristique de Cuu Long dans l'introduction des homestays dans l'île d'An Binh. Mais les contrats exclusifs qu'elle exigeait de ses homestays ont eu des conséquences négatives, en particulier chez les entrepreneurs de homestay âgés (le propriétaire de homestay Sáu Giáo, Muoi Day). Certaines perdurent aujourd'hui encore même si ce type de contrat n'a plus cours.

Ainsi, la place primordiale prise par la compagnie qui s'occupait de tout et même des menus, voire de la cuisine positionnait les responsables de homestays comme de simples exécutants totalement dépendants de ses décisions, lesquels se sont retrouvés démunis, quand la compagnie a arrêté d'envoyer des touristes. En conséquence, il leur manque aujourd'hui les compétences de base afin de fonctionner le homestay, et notamment la maîtrise de l'anglais : *« Au début, ce n'était pas difficile, nous étions un satellite de la compagnie touristique de Cuu Long. Elle a tout fait. Elle s'est occupé toutes les démarches administratives. Elle a amené les touristes et même envoyé l'équipe de cuisiniers chez nous. Nous pouvions faire petit à petit la cuisine. Autrefois, les guides touristiques s'occupaient tout. Je ne parlais pas anglais. A l'heure présente, je ne peux toujours pas parler anglais. Donc, je ne suis pas autonome. Dans l'avenir, nous voudrions continuer à cultiver le jardin même s'il y aura des touristes vietnamiens ou qu'il n'y aura plus de touristes. »* (RP.05-M. Muoi).

Paradoxalement, ce sont donc les premiers homestays, ceux qui ont été suscités et aidés par la compagnie touristique d'Etat au départ qui sont ceux qui connaissent le plus de difficultés aujourd'hui. Et lorsque de nouvelles compagnies touristiques sont créées et interviennent dans l'île et développent leur propre homestay, elles deviennent passent de partenaires à concurrentes pour les entrepreneurs locaux. M. Muoi témoigne : « *En 2005, Mékong Travel est né, j'ai coopéré avec eux, et ce sont eux qui m'ont envoyé le plus de touristes. […] Quand Mékong Travel a construit ses homestays, elle gardait deux-tiers des touristes et nous donnait un tiers. »* (RP.05-M. Muoi). Par ailleurs, les provinces voisines se sont mises également à développer des homestays, générant une nouvelle concurrence.

Dans les années 2010-2011, hormis les homestays Phuong Thao et Ut Trinh peu d'entrepreneurs de homestay étaient capables de vendre directement aux touristes leurs chambres ou de le faire via les sites internet de réservation. Ils dépendaient donc des agences de voyage et des guides touristiques. Ceux-ci jouent un rôle essentiel dans la détermination du homestay qui sera retenu car les tour-opérateurs sont principalement à Ho Chi Minh Vinh ou à Hanoï et certains entrepreneurs de homestay ne sont pas capables de se vendre directement aux touristes. Dans ce cas, ce sont donc des intermédiaires incontournables avec lesquels les entrepreneurs doivent collaborer et desquels ils dépendent. Si les entrepreneurs n'ont pas de bonne relation avec eux ou ne les payent pas la commission, ils prennent des risques de perdre des clients comme en témoignent les acteurs suivants :

M. Muoi (RP.05) : *« De plus, faisant face aux concurrences sur la publication et la communication, nous devenons de moins en moins réputés puisque nous ne payons pas pour les publicités chez les guides tandis que les gens le font beaucoup.*

M. Chien (EF.24) *: « Les guides touristiques exercent souvent des pressions. Si les propriétaires des homestays ne leur paient pas de prime, ils emmèneront les touristes à d'autres homestays. »*

Il fut un temps où des intermédiaires (souvent des voyous) traînaient à Vinh Long, sollicitant les routards venus là avec leur guide papier ou grâce au bouche à oreille et qui cherchait un hébergement. Ces intermédiaires négociaient un prix élevé avec les routards pour ensuite ne laisser qu'une partie réduite au homestay, conservant la différence, sans laisser le choix au propriétaire du homestay qui pouvait être menacé de mort : « *les courtiers du marché de Vinh Long nous pressaient beaucoup. C'étaient des gangs de drogués, prenant des cimeterres pour nous faire peur. […] Ce qui nous a tellement terrifiés que je voulais abandonner. Ma famille me conseillait d'arrêter pour conduire le bac ou cultiver des légumes et des choux. […] Ma femme me demandait d'arrêter aussi. […] Mais j'ai progressivement continué. Je ne savais plus quoi faire.*

Par exemple, pour moi, c'était de 12$, mais pour les courtiers, c'était 20$ dont le bonus était à eux. […] Heureusement, j'ai un ami qui est policier. Je lui ai demandé : « Comment dois-je faire avec les courtiers ? », et il m'a répondu : « Téléphone-moi une fois que tu viens à Vinh Long ». Puis je suis allé à Vinh Long et je lui ai téléphoné. Il m'a aidé à arranger cette affaire. » (RP.06-M. Nam).

Si ces groupes de voyous n'existent plus ouvertement à Vinh Long, des chauffeurs de taxis à moto (« xe ôm ») indélicats transportent parfois les touristes vers un autre homestay que celui où ils ont réservé en échange d'une commission du propriétaire de homestay : *« Mais maintenant, les touristes commandent sur Internet : certes, je dois venir à Vinh Long pour les recevoir parce que j'ai peur que les taxis les amènent à d'autres homestays »* (RP.06-M. Nam).

La prise de risque s'inscrit dans de nombreux contextes de l'entrepreneuriat. L'entrepreneur vise à reconnaître et à saisir les opportunités et à créer un avantage. Cependant, la poursuite des opportunités est souvent risquée car la durée et le gain de la poursuite sont inconnus (Zahra 2005, p.25). Et l'inconnu peut être source de stress et d'incertitude, en particulier dans le secteur du tourisme qui peut être soumis à des variations conjoncturelles : « c'*était très difficile au commencement. J'ai commencé en juillet 2001, et il y a eu les tours jumelles aux États-Unis, abattues le 11 septembre 2001, alors mes activités se sont arrêtées pour une certaine période. Ensuite l'épidémie de SARS. […] Nous réfléchissons parfois à l'abandon. Lorsque mon père était là, il nous avait dit qu'il nous faudrait choisir un autre métier [que le homestay] faute de succès, ne pas rester comme cela… »* (RP.11-M. Truong).

Dans l'entrepreneuriat, l'entrepreneur prend le risque de perdre le capital familial investi (Allah et Nakhaie 2011). La plupart des entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh ont construit des homestays par extension progressive[27] pour étaler les dépenses et éviter d'emprunter : « *C'est difficile pendant un ou deux ans. Toutefois, c'est mon propre budget et je n'ai pas emprunté. À ce moment-là, j'avais une petite maison et je le faisais de manière limitée. Après 3 ou 4 ans, ayant plus d'argent, j'ai fait le deuxième »* (RP.06-M. Nam). Mme Binh a procédé progressivement également : « *En général, les premières difficultés d'un*

[27] En vietnamien, on dit par « tâche d'huile » ou « roulement de nattes »

entrepreneur sont le capital, l'expérience et la ressource humaine. J'ai fait le premier homestay avec le budget familial, je ne me souviens pas combien j'ai investi. Le coût était peut-être de 1 ou 2 milliards de dongs. Le dernier homestay, le plus grand homestay a coûté environ 5 milliards de dongs. […]. Je l'ai payé avec mon propre capital. Je n'ai pas fait de dette à la banque. J'ai investi petit à petit comme le roulement des nattes. » (RP.02-Mme Binh).

Néanmoins, certains ont emprunté à la banque un montant non négligeable dans les années 2000 : *« Au début nous avons construit le homestay avec des murs très bas, pas comme cela. Une fois, il y a eu du vent fort du Nord-Est qui nous apportait de nombreuses poussières. Enfin, le mur a été détruit comme nous ne savions pas la technique, ce qui nous a rendus mécontent. Alors, j'ai emprunté de l'argent à la banque : cent million dongs. Et j'ai pu finalement élever le mur pour la deuxième fois. Depuis, il s'est développé, j'ai payé toutes mes dettes à la banque, grâce à celui-là. »* (RP.09-M. Tam Tien).

Les risques peuvent aussi découler de la dénonciation de voisins par jalousie. Le cas suivant constitue un exemple particulier : *« Autrefois, nous ne connaissions ni la notion de homestay, ni les procédures d'enregistrement : nous ne connaissions rien. Un jour, alors que nous avions deux touristes dans la chambre intérieure, les voisins, nous détestant à cause des bonnes affaires que nous réalisions, nous ont dénoncés au commissariat, et la police est venue. Elle ne nous a pas punis mais elle nous a demandé d'enregistrer nos affaires. » (*RP.03-M. Chin).

On voit que les entrepreneurs de homestay rencontrent de nombreuses difficultés lors de l'exploitation de homestay dans l'île d'An Binh. Ici, nous en établissons la liste :

- Les manipulations des guides touristiques ;
- Le manque de maîtrise en langue étrangère ;
- La concurrence entre les homestays
- La dépendance vis-à-vis des compagnies touristiques ;
- Le problème des « xe ôm » ;
- La complexité des procédures administratives, des politiques fiscales ;
- Le manque de capital
- La perte de tranquillité ;
- La jalousie des voisins ;
- Le problème des courtiers ;

Parmi ces défis, certains n'existent qu'au début du lancement du homestay comme la perte de tranquillité psychique tandis que la complexité des procédures administratives ou les politiques fiscales compliquées sont permanentes. Beaucoup de ces difficultés peuvent être rattachées à des facteurs sociaux

Il ressort qu'un des plus grands obstacles est l'absence de maîtrise en anglais, surtout qu'elle génère d'autres difficultés comme la dépendance à l'égard des compagnies touristiques ou des guides touristiques.

L’absence de capital n’apparaît pas comme un obstacle majeur dans l’entrepreneuriat homestay de l’île d’An Binh. Ce résultat est contraire à une étude indiquant que le manque de capital est le défi le plus grave au moment de la création d’une entreprise rurale au Vietnam (Ramamurthy 2001).

Notre étude identifie plus de difficultés que l'étude de (T. V. Bui 2014) menée sur le même terrain (10 contre 5). La complexité des procédures administratives et fiscales est commune à nos deux études par contre les autres difficultés présentées par l’auteur ne ressortent pas de nos entretiens (le manque de formations, de compétences en marketing, la limitation de la capacité de la famille, la monotonie du produit touristique). La différence peut découler de différentes méthodes de recherche.

De nos entretiens, peu de différences émergent entre les difficultés rencontrées par les entrepreneurs masculins et les entrepreneurs féminins mais il y en a entre les jeunes entrepreneurs et les entrepreneurs âgés : les difficultés sont moindres pour les premiers.

5.2.3 Facteurs déterminants du lancement d’un homestay dans l’île d’An Binh

De 1975 à 1986, Vietnam était un pays très fermé, localement appelé « Bao cấp », le gouvernement jouait tous les rôles dans tous les secteurs, le secteur privé était inexistant (V. D. Truong 2013, p.41). Les politiques de Doi moi (1986) ont permis une stabilité macroéconomique, par conséquent, créé un environnement plus favorable au développement de l’entrepreneuriat (Q. A. Nguyen et Mort 2016, p.122).

En effet, le cadre juridique a été progressivement ajusté pour offrir davantage d’opportunités dans le secteur privé, avec l'introduction de lois majeures, telles que le droit des sociétés et des entreprises privées en 1990, la loi sur les faillites de 1993, et notamment la reconnaissance officielle du rôle du secteur privé dans la Constitution de 1992 et la mise en œuvre de la nouvelle loi sur les entreprises en 2000 (Hakkala et Kokko 2007, p.1-3). L’autorisation du secteur privé a créé de nouveaux emplois et des opportunités de travail indépendant.

Les résultats furent visibles d’abord dans les villes, puis, l’entrepreneuriat privé a joué un rôle de plus en plus important dans la transformation rurale du pays (Oostendorp, Tran, et Nguyen 2009).

Ensuite, l’économie du Vietnam s’est intégrée fortement à l'économie mondiale. Le mécanisme du marché a motivé le potentiel de chaque individu, de chaque groupe social (T. T. T. Pham 2006, p.364).

Le secteur touristique a également bénéficié des politiques de Doi Moi, notamment après l’application de la Résolution 63 en 1987 (Conseil des ministres du Vietnam 1987). Doi Moi a encouragé les visiteurs étrangers à se rendre au Vietnam pour étudier les opportunités commerciales.

Le gouvernement a également fait attention à l’investissement dans le secteur hôtelier (Mok et Lam 1997, p.85-87). Selon (Suntikul, Butler, et Airey 2008), les politiques de Doi Moi furent

la principale raison pour laquelle le Vietnam devint de plus en plus une destination de divertissement et d'affaires ainsi qu'une destination touristique de la région.

Doi Moi a aussi donné au gouvernement local une plus grande autonomie, permettant aux administrations locales d'être plus actives pour planifier et créer un environnement plus favorable à l'entrepreneuriat (Q. A. Nguyen et Mort 2016, p.115-116).

La province de Vinh Long a été précurseuse dans le secteur touristique avec ses expériences d'accueil de visiteurs de l'URSS à partir de 1986 (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, 504) et d'accueil de touristes occidentaux chez l'habitant au début de 1990. Ces évolutions politiques furent des préalables à l'apparition des homestays ensuite.

A Vinh Long, Cuu Long, déjà présentée en 4.3.2 et évoquée plus haut dans cette partie a été la seule compagnie touristique d'Etat en situation de monopole sur la période 1979 à 2005. Elle s'occupait d'accueillir les touristes, d'organiser toutes les activités touristiques dans la province de Vinh Long.

Elle a commencé par accueillir des visiteurs des ONGs, des délégations de l'URSS et par organiser des visites domestiques pour les révolutionnaires ou les travailleurs méritants de la province. Nous avons vu plus haut qu'elle avait aussi joué un rôle clé dans l'introduction du concept de homestay (cf. Encadré 3). Ensuite, pendant longtemps, elle a continué à soutenir les habitants dans le développement de homestays dans l'île d'An Binh.

Nous avons vu dans le témoignage de M. Chuc (cf. Encadré 5) qu'elle avait avancé le montant nécessaire aux travaux de réparation à M. Sáu Giáo pour qu'il répare sa maison.

M. Nghiep, propriétaire de homestay témoigne également à ce propos : « *Au commencement, en 1990, notre famille n'accueillait les touristes que pendant la journée pour leur visite, puis, la compagnie touristique Cuu Long s'est mise à financer des travaux pour l'hébergement des touristes […] : la réception avec couchage équipée de filets de lit, les nourritures, la sécurité…Petit à petit, notre famille a pu développer un homestay »* (RP.07-M. Nghiep).

M. Muoi dans son témoignage montre bien comment la compagnie touristique pousse à la création de homestay, lorsque la maison paraît digne d'intérêt touristique : « *En 1996, la compagnie touristique de Cuu Long amenait les touristes visiter plusieurs monuments dont notre maison, parce que ceux-ci la trouvait belle. Alors, ils se sont arrêtés et ils sont entrés dans notre jardin pour la visiter. Puis, l'entreprise nous a invités à coopérer en tant que homestay. Au début, je n'y connaissais rien : je ne savais pas comment faire, mais finalement j'ai décidé de coopérer pour ouvrir le homestay. Premièrement, l'entreprise finançait tous les frais d'achat de meubles, même la construction de toilettes. A ce moment-là, Vinh Long n'avait pas beaucoup de homestay mais les touristes étaient de plus en plus nombreux, quel que soit le jour ou la nuit.* » (RP.05-M. Muoi).

La compagnie Cuu Long n'est pas la seule à soutenir les travaux permettant la création de homestay, très vite, elle est imitée par d'autres compagnies : *« Je voyais que les homestays*

comme Mai Quoc Nam, Muoi Day, Ba Hung, Nam Thanh, Bay Thoi, … avaient été aidés par les compagnies touristiques locales : Cuu Long, Mékong ou Vinh Long, celles de Saïgon ou des guides à Saïgon. » (RP.06-M. Nam).

Au Vietnam, les guides touristiques travaillent pour les compagnies touristiques. Parmi eux, les guides indépendants ont en général peu de pouvoir dans leur relation avec les voyagistes (SNV Vietnam 2011, p.29).

Cela n'empêche pas que les guides peuvent avoir une influence sur la création de homestays par exemple en mettant en contact des touristes avec des habitants : « *C'est par hasard en 2001 que la grande cousine, guide touristique, n'a rendu visite qu'à la mère, en accompagnant deux touristes allemands. Après la rencontre de famille, ils ont visité les régions tout près d'eux puis ils ont demandé : Pourquoi est-ce que nous ne faisons pas de cet endroit une place de déjeuner pour les touristes ? Ou un homestay ? »* (RP.11-M. Truong). Mais cela peut aussi se faire en conseillant à des familles d'ouvrir un homestay (RG.12-Mme Hoang).

Et ils peuvent aussi amener des clients aux homestays : « *Ici, les guides touristiques sont puissants. Les gens payent pour que les guides touristiques font les publicités de leurs homestays »* (RP.05-M. Muoi)

Les relations sociales au Vietnam font référence à de nombreux aspects sociaux entre individus et sont rarement limitées au domaine professionnel (cf. 3.1.1). Plus particulièrement, le rôle des dirigeants est toujours primordial.

Nous n'avons pas trouvé des documents afin de comprendre pourquoi l'Administration nationale du Vietnam a choisi la province de Vinh Long dans le sud pour l'accueil des visiteurs soviétiques des années 1980. Pourtant, nous supposons ici que la raison peut provenir de relations avec des dirigeants du gouvernement central. De 1980 à 1987, monsieur Pham Hung était ministre de l'intérieur, puis il a été premier ministre du pays en 1987-1988, suivi par monsieur Vo Van Kiet (1991-1997). Ce dernier a joué un rôle clé dans la mise en place du processus de Doi Moi et dans l'ouverture internationale du Vietnam (P. Dang 2009).

Or ces deux personnages furent des habitants de la province de Vinh Long. Il se peut que cela ait bénéficié à la province dans le choix par les autorités d'une destination pour des touristes étrangers.

Quoi qu'il en soit, les relations sociales peuvent jouer un rôle non négligeable dans la naissance des homestays comme le montre le témoignage suivant : *« M. Mai Quoc Nam a fait son homestay grâce à l'intervention de M. Mai Quoc Binh*[28]*. »* (EC.07-M. Chuc).

[28] Monsieur Mai Quoc Binh le frère de monsieur Mai Quoc Nam, était vice-président du Comité populaire d'Ho Chi Minh Ville de l'époque, puis, inspecteur général adjoint du gouvernement. Il est maintenant à la retraite.

C'est aussi grâce à leurs relations dans l'armée, que deux anciens soldats, désormais dans le tourisme ont pu se procurer des lits de camps (*« ghế bố »*) laissés par les soldats américains en 1975 pour l'usage des touristes (EC.07-M. Chuc).

A partir de 2000, la vie des habitants de Vinh Long s'améliore de plus en plus avec un PIB/habitant qui augmente, atteignant 2 741 000 VND (183 USD) en 1995 ; 3 933 000 VND (262,20 USD) en 1998 et 4 262 000 VND (284, 13 USD)[29] en 2000.

En 1994, le taux de familles pauvres victimes de famine était de 24,53%. En 2000, il n'existait plus de familles dans cette situation (Comité de la Propagande de la province de Vinh Long 2002, p.512). Malgré une amélioration générale de la situation économique, beaucoup d'habitants dans le secteur agricoles, restaient en situation précaire du fait des variations des prix et des catastrophes naturelles (Doan et Bui 2012, p.263).

La pauvreté a pu motiver certains habitants de se lancer dans l'exploitation d'un homestay pour gagner leur vie. Trois des propriétaires de homestay interrogés témoignent dans ce sens :

« Au début de cette affaire, vétérans très pauvres, nous n'avions aucun moyen [..]. Puis je me suis lancé dans ce domaine que je ne connaissais pas bien. » (RP.09-M. Tam Tien).

« Dans ce temps-là, personne ne me croyait car nous étions pauvres. J'ai pensé que le homestay, c'était la seule façon de gagner plus d'argent. » (RP.06-M. Nam).

« La vie de mon père en ce temps-là était très dure, il vivait dans une chaumière et quand il a eu un peu d'argent, il a construit une maison en brique. Puis, il se lancer dans le homestay afin de gagner de sa vie. » (RG.12-Mme Hoang).

Dans le cas de M. Tam Tien, c'est sa fille étudiante dans le secteur du tourisme qui lui a soufflé l'idée. Il raconte : *« Je suis d'abord soldat en service militaire. Après cela, j'ai fait l'élevage des crevettes à Ca Mau, mon pays natal. Mais l'année où ma plus petite fille faisait ses études sur le tourisme à Vung Tau, un jour, elle me dit au téléphone : « Papa, pourquoi ne pas se lancer dans les affaires du tourisme ? » Je lui ai répondu : « Pourquoi le tourisme ? Je ne sais pas comment faire car je suis soldat ». Elle m'a dit ensuite : « Tu vois la Thaïlande dont l'économie s'est beaucoup développé grâce au tourisme, donc pourquoi pas le Vietnam ? Travaillant dans ce domaine, nous pouvons augmenter le développement à la fois touristique et économique. […] Puis, elle m'a encouragé de jour en jour. A la fin, j'étais d'accord de me lancer dans cette affaire de homestay. »* (RP.09-M. Tam Tien).

Nous avons déjà évoqués plus haut, le rôle joué par la sortie du film l'Amant, le rôle de l'association Boat Peace, la présence de l'équipe du « Calypso » pour faire connaître la province aux touristes étrangers dont la fréquentation a alors fortement augmenté en 2000 (cf. Figure 20) au-delà des capacités de la compagnie touristique publique monopolistique,

[29] Taux de change : 1USD = 15 000 VND pour la période (1995 – 2000) (source : http://bright-capital.sg/vi/buc-tranh-ty-gia-vnd-usd-30-nam-qua-1986-2016/, page consultée le 31 mars 2019).

amenant certains habitants à héberger chez eux des « Tây ba lô » comme on a pu déjà le signalé plus haut. Cette pratique d'accueil informel persiste aujourd'hui encore chez certains habitants.

Aujourd'hui, les touristes seraient prêts à dépenser plus pour satisfaire leurs envies pendant les vacances (Popescu et Olteanu 2014). Par ailleurs, certains homestays locaux répondent de moins en moins à la demande touristique. Ainsi, les compagnies touristiques locales se sont mises à construire des homestays plus confortables afin de répondre à une demande plus fortunée. C'est une des raisons pour laquelle les homestays modernes du type de ceux de Ut Thuy, Ut Trinh sont nés.

Mme Binh, propriétaire d'un groupe de 3 homestays (Ut Trinh), dont le mari possède une compagnie touristique (Mekong Travel) raconte comment dans l'impossibilité d'obtenir une amélioration du confort des homestays avec lesquels la compagnie commerçait, elle et son mari ont décidé d'ouvrir leurs propres homestays : « *L'exigence des touristes était de plus en plus élevée. Nous proposions des améliorations à nos partenaires mais ils ne voulaient pas changer. […] « Notre maison est comme cela, si vous pouvez y rester, restez-y ». C'était leur réponse, cela veut dire qu'ils n'ont pas pu répondre aux besoins demandés par nos touristes et notre entreprise. Et alors, il y avait des choses que nous devions faire nous-même. Ainsi, nous avons tout fait. Nous avons construit le premier homestay en 2009. »* (RP.02-Mme Binh).

A partir de 2005, la compagnie touristique de Cuu Long était de moins en moins puissante à Vinh Long du fait de la concurrence de compagnies locales telles que Mékong Travel, Vinh Long Tourist et des agences de voyage de Saïgon et d'Hanoï. Grâce à ces différentes agences, les entrepreneurs de homestay pouvaient comparer le prix qu'elles étaient prêtes à payer par nuit et par touriste. Trouvant que les prix payés par la compagnie touristique de Cuu Long était trop bas, ils se sont mis en grève en 2007, grève appelée localement la commune de Paris (« công xã Paris ») dans le but d'obtenir une augmentation des prix d'achat de la compagnie touristique de Cuu Long. Afin d'éviter de tels événements, les compagnies touristiques locales se sont mises à construire leurs propres homestays.

M. Chuc, le responsable de la compagnie Cuu Long témoigne : « *En 2007, une révolution - Une « Công xã Paris » (une commune de Paris) – éclata dans l'île d'une manière terrifiante. Tous les propriétaires des homestay, des grands potagers, s'étaient regroupés, exigeant de l'agence de voyage une augmentation de tarif pour les services rendus. […] le prix à cette époque était de 15 USD/personne/nuit, ces propriétaires demandaient 30 USD, doublant ainsi le prix. Un ultimatum fut fixé au 28 février 2007 pour passer au tarif exigé, autrement, plus aucun service ne serait assuré. Tous les entrepreneurs de homestay de cette île avaient signé, puis envoyé cette demande à l'agence de voyage. L'origine de cette « révolution » vient du fait, qu'après une longue période de coopération avec l'agence de voyage locale, ces gens commençaient à faire connaissance avec les guides touristiques d'autres tours opérateurs basés probablement à Sài gòn, partenaires directs de l'agence de voyage locale. Ils apprenaient ainsi que le tarif réglé par ces partenaires à l'agence de voyage locale était bien*

supérieur à celui qu'ils touchaient. Ils menaçaient alors de travailler directement avec ces partenaires à Sài gòn » (EC.07-M. Chuc).

Selon (Bird 1992, p.11), les nouvelles organisations résultent directement des intentions des individus. En effet, à côté des facteurs évoqués plus haut, les intentions individuelles ont déterminé la création de plusieurs homestays (cf. Encadré 9).

Encadré 9 : L'intention personnelle et la création d'un homestay

Autrefois, je faisais mes études à l'École nationale de Musique à Saïgon. Après 1975, j'avais quitté l'école sans avoir terminé mes études musicales. Passionné par le tourisme et les activités artistiques, à Saïgon, au quartier de « Tây ba lô » (les routards) dans la rue Pham Ngu Lao, je m'y sentais à l'aise, attiré par les touristes internationaux avec qui nous pouvions faire la connaissance de cultures étrangères.

De retour à la maison, je demandais à ma mère : « J'aime le tourisme, alors, laisse-moi ouvrir et investir dans un homestay ». Elle m'approuva : « C'est formidable. Je suis d'accord ».

En 1999, ouverture d'un petit homestay avec aucune connaissance dans le tourisme.

Retour à Saïgon, quartier de « Tây ba lô » dans la rue Pham Ngu Lao, dans le Kim café, je rencontre et discute avec Mme Kim qui, autrefois, amenait beaucoup de « Tây ba lô » dans le Delta.

« Vous habitez à Vinh Long ? On pourrait travailler ensemble si cela vous intéresse. J'irai voir sur place pour en discuter. Vous venez d'investir dans le tourisme, vous n'avez pas encore de client, je vous en amènerais si je trouve votre installation convenable. »

Pour commencer, elle m'a envoyé 5-10 personnes et quelques mois plus tard, des dizaines de touristes, puis de plus en plus. Dès que notre endroit commença à être bien connu, le Sinh café s'est manifesté, voulant coopérer avec nous mais à une condition préalable : «il faudra choisir entre Kim et Sinh ». Ma réponse à M. Sinh : « J'avais commencé avec Mme Kim, alors, je continue avec elle et au revoir M. Sinh ».

A partir de 2008, d'autres grandes agences de voyage coopèrent aussi en m'envoyant des groupes de touristes, lorsque je construisais plus de chambres : Saïgontourist, Vietravel, Buffalo, Mien Dong Duong…

RP.01-M. Ba

En 2007, j'étais guide touristique de la compagnie touristique de Cuu Long. J'avais l'idée de construire une croisière pour que les touristes aient pu dormir et explorer le delta du Mékong. J'en ai discuté avec le directeur de la compagnie touristique mais il n'était pas d'accord.

Alors, j'ai quitté la compagnie touristique pour suivre mon idée mais à ce moment-là, le coût de construction d'un bateau était 500 millions dongs. C'était trop cher ! Je n'y pensais pas. Tant pis !

Finalement, je me dis que la maison de mes beaux-parents est en bon état. On pouvait en faire un homestay pour gagner notre vie. J'en ai discuté avec eux. Ils étaient d'accord. J'ai ouvert le premier homestay en 2007. Ça marche bien. Plus je fais cela, plus j'aime. En 2013, j'ai ouvert le deuxième homestay.

RP.08-M. Phu

Après 10 ans de travail au sein de la compagnie touristique de Cuu Long […] un jour, après avoir transporté des touristes, j'ai voulu faire du commerce. J'ai donc décidé d'ouvrir un homestay. Dans ce temps-là, personne ne me croyait, et personne ne pouvait parler anglais, comment faire ? Pour ouvrir

un homestay, il faut faire quelque chose de grand, pas si simple. Je les ai convaincus : « on ouvre un homestay, il se développera de jour en jour. Je vois des opportunités émergentes, puis on la poursuivra. » J'ai cru que c'était la façon de gagner plus de l'argent, et tous les membres pouvaient y participer. Si j'avais travaillé pour une agence, j'aurai été le seul à travailler. En faisant montant un homestay, mes parents pouvaient se joindre, et nous allions avoir plus de chance qu'avant.

RP.06-M. Nam

En fait, mes parents ont voulu de continuer le travail de grand-père parce qu'il savait accueillir les touristes et leur faire des repas, ils ont eu de l'expérience quand ils avaient travaillé avec mes grands-parents.

RG.12-Mme Hoang

Pour récapituler, listons les facteurs évoqués par nos interlocuteurs dans les entretiens qui sembleraient déterminer un habitant à se lancer dans l'exploitation d'un homestay :

- Le changement politique et socio-économique du pays ;
- L'apparition des touristes étrangers comme opportunité ;
- L'existence et le développement d'une demande touristique ;
- L'influence et le soutien financier de la compagnie touristique locale ;
- La suggestion des guides touristiques ;
- Le réseau de relations sociales ;
- L'encouragement de la famille ;
- La volonté d'échapper à la pauvreté ;

Parmi ces facteurs, l'évolution du contexte politique (Doi Moi) et l'évolution socio-économique du pays sont des facteurs initiaux qui par l'ouverture du pays ont permis d'une part, aux touristes étrangers de se rendre au Vietnam, et en particulier de venir chez l'habitant et d'autre part, aux habitants d'accroître leurs opportunités dans le secteur touristique. Ils sont nécessaires mais ne suffisent pas à expliquer la décision d'investir ou pas.

Si le réseau de relations sociales a été cité une fois dans les entretiens pour évoquer un cas de homestay créé grâce à une relation politique, cela ne semble pas un facteur décisif en ce qui concerne la décision de créer un homestay, c'est plus un facteur facilitant la mise en œuvre du projet de création.

Le soutien de la compagnie touristique de Cuu Long a joué un rôle déterminant pendant la période 1991-2005 en repérant les plus belles maisons ou celles qui présentaient un centre d'intérêt comme les jardins de bonsaïs. C'est le cas de 3 des personnes de l'échantillon (RP.04-Mme Dao, RP.05-M. Muoi, RP.10-M. Tien), avec des effets d'imitation puisque deux enfants de propriétaires de jardins de bonsaïs fréquentés par des touristes, créeront leur propre homestay ensuite (RP.07-M. Nghiep et RG.12-Mme Hoang). Après 2005, quand elle devient une société par actions, son influence diminue.

Un élément marquant ressort également très fortement, que nous avons déjà évoqué en fin de partie précédente, c'est le lien direct ou indirect avec le tourisme et plus particulièrement, l'habitude de fréquenter des touristes que l'on constate chez beaucoup de responsables de

homestay. Sur les 12 propriétaires de homestays[30], 10 sont en lien direct ou indirect avec le secteur du tourisme avant de créer leur homestay : 4 d'entre eux travaillaient dans le secteur du tourisme avant de se lancer, un autre allait voir volontairement des touristes dans le quartier routard de Saïgon, deux fils du propriétaire du premier homestay de l'île ont créé leur propre homestay, un autre a vu le jardin de bonsaï de son père fréquenté par des touristes quand il était jeune, un autre a été influencé par sa fille qui fait des études de tourisme. Le tableau ci-dessous récapitule ces liens.

Tableau 28 : Lien avec le tourisme des futurs entrepreneurs de homestay

N°	Code des entretiens	Lien avec le tourisme		Témoignages
		Direct	Indirect	
1	RP.01-M. Ba		X	Va dans le quartier routard de Saigon pour y rencontrer des touristes, est attiré par le tourisme.
2	RP.02-Mme Binh	X		Son mari est directeur de la compagnie touristique (Mekong Travel), elle était guide touristique comme son mari pour la compagnie Cuu Long avant de lancer le homestay.
3	RP.03-M. Chin	X		Conducteur de bateau pour Cuu Long avant d'héberger les touristes chez lui de manière informelle (pas d'activité officielle).
4	RP.06-M. Nam	X		Conducteur de bateau pour la compagnie touristique Cuu Long avant de lancer son homestay
5	RP.07-M. Nghiep		X	Des visiteurs locaux venaient visiter le jardin de bonsaïs de son père, ce qui a amené la compagnie Cuu Long à lui demander de lancer un homestay avec leur soutien.
6	RP.08-M. Phu	X		Guide touristique, il a l'idée de lancer des croisières mais il n'avait pas assez d'argent ; donc, il lancé le homestay.
7	RP.09-M. Tam Tien		X	Sa fille a fait ses études dans le tourisme et l'a convaincu de monter un homestay
8	RP.10-M. Tien	X		Son père était le propriétaire du homestay Sáu Giáo, le premier de l'île initié par la compagnie touristique Cuu Long
9	RP.11-M. Truong	X		Suggestion d'une grande cousine, guide touristique, en visite chez lui, puis soutien de la compagnie touristique Cuu Long pour améliorer le logement
10	RG.12-Mme Hoang		X	Son grand père (qui a eu beaucoup d'enfants) était le propriétaire du homestay Sáu Giáo, son père a lancé un homestay sur la suggestion d'un guide touristique au vu du bon état de sa maison. Elle en est la gérante.

Auteur, 2019

Il semble évident qu'une certaine familiarité avec le secteur du tourisme, avec les touristes soit un facteur explicatif fort de la décision d'investir dans un homestay. Remarquons aussi

[30] Nous pouvons considérer Mme Hoang comme une « propriétaire », étant donné qu'elle gère le homestay créé par son père.

que les facteurs de notre hypothèse de recherche, le patrimoine, le niveau d'éducation, le milieu social d'appartenance ne sont pas des éléments évoqués par les personnes interrogées.

T. V. Bui a mené une étude sur la motivation des entrepreneurs de homestay dans l'île d'An Binh, ce qui n'est pas le même chose que la décision d'investir dans un homestay. Ses résultats sont dans le tableau ci-dessous.

Tableau 29 : Raisons de la participation aux homestays dans l'île d'An Binh

Raisons de la participation aux homestays	Pourcentage	Rang
La volonté d'augmenter ses revenus, son niveau de vie	88,2%	1
Lien avec la profession familiale	47,1%	2
Suggestion des compagnies touristiques et des autorités locales	35,3%	3
Accroissement du niveau de connaissances	29,4%	4
Inspiré par des locaux	11,8%	5

(T. V. Bui 2014, p.83)

Ses résultats diffèrent relativement nettement des nôtres, ce qui peut s'expliquer par le fait que son enquête ne portait pas précisément sur la décision d'investir mais sur la motivation à participer. La raison la plus cité chez elle, ne l'est que pour deux des 12 propriétaires de notre échantillon. Ce que l'on retrouve en commun, c'est le rôle de la compagnie touristique qui est donné comme motivation par 35% de son échantillon et qui ressort aussi comme déterminant dans nos entretiens.

Pour poursuivre nos investigations, nous allons nous intéresser maintenant aux raisons pour lesquelles certains ne se sont pas lancés dans l'exploitation de homestay. Nous avons choisi d'interroger les voisins ou les voisines des homestays actuels afin d'obtenir des réponses. Ils sont de la même génération, possèdent des maisons en bon état, habitent le long d'un chemin où les touristes passent très souvent. Comme ces personnes présentent des points communs avec les propriétaires des homestays telles que l'âge, le contexte social, cela nous éclaire sur leurs réticences à se lancer eux-mêmes dans l'activité en cherchant les différences entre eux. Parmi eux, certains travaillent même comme personne à tout faire dans un homestay voisin. Ecoutons Mme Hang, voisine du Homestay Ngoc Phuong nous expliquer ce qui la retient :

« Avant, n'ayant pas fait beaucoup d'études, je travaillais avec ma barque et faisais des ventes diverses au marché.

Maintenant dans la rue où j'habite, les gens se déplacent en voiture et en scooter. C'est pourquoi je reste à la maison et passe de temps en temps au marché pour y faire quelques petits commerces.

Sinon je peux aussi peler des longanes reçus des autres. Ce travail me convient parfaitement et je peux rester chez moi pour le faire, sans me fatiguer.

Parfois, je vais au homestay de Ngoc Phuong et je fais ce que je peux d'une manière non officielle. Par exemple, l'après-midi, j'aide à faire la cuisine ou à nettoyer les chambres au départ des touristes. J'aide les gens là où ils sont débordés. En général, j'aide à faire la cuisine et à servir à table.

Mais je ne veux pas ouvrir un homestay, car je ne suis pas bien cultivée et je ne sais pas parler anglais. Ils sont nombreux à travailler chez Ngoc Phuong. Ils savent tous parler anglais.

En plus, je trouve qu'ouvrir un homestay est très fatigant, je n'en ai pas envie : on n'est plus disponible quand on ouvre un homestay. Par exemple, maintenant je suis libre, je peux faire facilement un voyage de 3-5 jours, ce qui est impossible avec un homestay : on ne peut pas s'absenter longtemps. Oh mon dieu !

Il faudrait disposer aussi de beaucoup d'argent et de personnel. Il faut travailler énormément pour être rentable. Par exemple : Un touriste paie 250 000 dongs petit déjeuner et dîner inclus mais il y a d'autres frais imprévus, comme parfois du matériel endommagé dans les chambres. En fin de compte, le profit n'est pas terrible.

Et puis le service du travail fait régulièrement des contrôles, tous les ans. Un exemple : pour quelques heures de travail par jour chez Ngoc Phuong, je suis obligée de passer un examen médical, puis suivre des cours pour obtenir je ne sais quel type de certificat. Il faut que je paye pour mes leçons alors que je ne gagne pas grand-chose. D'autant plus qu'une fois quelques billets de tombola achetés avec ma paie, il ne me reste plus grand-chose en poche.

Par ailleurs, il est impossible de garder toutes les recettes obtenues. Il faut payer par ci par là et aux conducteurs de scooter aussi, car ils nous amènent les clients.

Je ne sais pas où trouver les clients alors que les autres ont beaucoup de tuyaux partout, à gauche, à droite. Ah, il faut payer aussi la police, pour pouvoir travailler l'esprit tranquille. Il y a déjà beaucoup de homestays ouverts et moi, en tant que débutante, je ne pourrai pas les concurrencer » (EH.21-Mme Hang)

Mme Hang donne de nombreuses raisons pour expliquer ses réticences à ouvrir un homestay :

- Son faible niveau d'éducation (compétences diverses et en langues étrangères) ;
- Son manque de capital financier ;
- L'obligation de recruter du personnel ;
- La peur de la concurrence ;
- La pénibilité du travail pour des bénéfices pas garantis et peu élevés ;
- Les contrôles administratifs et le harcèlement de la police ;
- Le manque de relations sociales.

Nous voyons que cette personne semble préférer la tranquillité et l'absence de soucis. Elle semble également pessimiste. C'est une personne qui ne souhaite pas transformer les ressources à sa disposition en projet et en action, à savoir un manque d'agencéité (Alkire et Deneulin 2009, p.37). C'est le contraire d'une personne qui agit et apporte du changement (Sen 2000, p.19) malgré des ressources en apparence proches de celles de ses voisins. Ici, nous pouvons dire qu'elle manque de confiance en soi. Les obstacles lui apparaissent comme insurmontables et cela empêche l'élargissement des possibilités dans sa vie.

M Cang, lui faisait ses études dans le domaine culturel et informatique avant 1975. Il a eu de nombreuses occasions de rencontrer les touristes. Il a aussi de bonnes relations avec des guides touristiques. Sa fille travaillait même dans le tourisme mais la raison principale qu'il

avance est le manque de personnel au sein de la famille pour se lancer dans l'exploitation d'un homestay : *« Après 1975, j'ai travaillé à distribuer de la glace, de la bière, aussi chez les homestays de M. Sáu Giáo, M. Mai Quoc Nam, M. Muoi Huong…mais maintenant ils ont des frigidaires et des congélateurs, donc ils n'ont plus besoin de glace, et je livre parfois de la bière.*

Je vois souvent les touristes et ils m'accompagnent pour me voir dans mes activités et ils trouvent cela intéressant. Ma maison est ici, et les touristes y viennent souvent. Parfois, ils y restent et achètent des choses, mais je ne peux pas leur parler, et il faut que leur guide fasse la traduction.

*Je connais aussi des guides touristiques. Ma fille faisait ses études en tourisme, puis, elle travaillait comme responsable pour Saïgontourist. Après s'est mariée, elle a fait du commerce au Cambodge. Nous n'avons personne pour ouvrir un homestay. » (*EH.20-M. Cang).

Mme Tuyen est actuellement une petite commerçante au marché local. Elle a souvent l'occasion de rencontrer les touristes au marché ou devant sa maison. Elle connait bien les homestays voisins. Le manque de moyens financiers est la raison principale qu'elle avance pour expliquer l'impossibilité à ouvrir un homestay mais il ressort de son témoignage que la mauvaise maîtrise de l'anglais joue peut-être aussi un rôle.

Auparavant, j'étais professeur de littérature à l'école secondaire, mais on m'a muté à l'école loin de chez moi. J'ai donc cessé d'enseigner et vend de la nourriture au marché depuis 20 ans. Je vois très souvent des touristes étrangers, ils vont au marché, me demandent parfois de leur dire ce qu'est telle chose. Ils demandent à leur guide touristique de traduire, puis prennent des photos mais je ne connais pas la langue, je ne parle donc pas.

Ma maison est ici, les touristes y passent souvent, alors, il y a quelques jours, il y avait un groupe qui passait près de chez moi, je les ai salués « Hello », ils m'ont également salué « Hello ».

Nous sommes près des homestays : Sáu Giáo, Cai Cuong, Hai Dao mais je n'ai pas de conditions, Il me faut avoir un grand capital afin de construire de nombreuses chambres pour permettre aux touristes de se reposer. » (EH.22-Mme Tuyen).

Nous constatons que les raisons peuvent différer chez chacun. Mme Hang a donné plus de raisons que les deux autres peut-être parce qu'elle travaille à l'occasion dans un homestay et qu'elle a une vision claire des difficultés rencontrés dans la gestion quotidienne d'un homestay. C'est peut-être aussi le manque de confiance en soi qui a retenu M. Cang et Mme Tuyen de se lancer dans l'exploitation d'un homestay et les a amenés à se consacrer à d'autres activités quotidiennes moins ambitieuses comme la livraison de la glace ou le commerce au marché local mais qui leur permettent aussi d'élargir leurs opportunités dans la vie.

Cependant, l'absence de maîtrise de la langue étrangère constitue l'obstacle commun évoqué par les trois personnes. Cette raison n'était pas dans la liste de l'étude de (T. V. Bui 2014) (cf. le tableau ci-dessous). Mais il y figure trois raisons communes : le manque de personnel, le

manque de capital financier et la peur de la concurrence. D'autres raisons citées ne figurent pas dans le tableau : le faible niveau d'éducation, la pénibilité du travail, les contrôles administratifs et le harcèlement par la police. Le problème de harcèlement par la police est aussi mentionné dans une étude sur les entrepreneurs vendeurs ambulants au Vietnam (Hiemstra, van der Kooy, et Frese 2006, p.480). N'y figure pas non plus le manque de confiance en soi, d'agencéité.

Tableau 30 : Raisons de non-participation aux homestays dans l'île d'An Binh

Raisons de non-participation	Pourcentage
Manque de personnel	72,7%
Manque de capital financier	63,6%
Manque de temps	45,5%
Manque de commodités	36,4%
Peur de la concurrence	27,3%
Pas de connaissance sur le homestay	18,2%
Pas de relations avec les compagnies touristiques	18,2%
Autres	9,1%

(T. V. Bui 2014, p.84)

Nous pouvons désormais apporter des éléments de réponse à notre première hypothèse de recherche. Nous avions formulé l'hypothèse selon laquelle, ce sont principalement des facteurs comme le milieu social d'appartenance, le patrimoine immobilier et le niveau d'éducation qui déterminent un habitant à se lancer dans l'exploitation d'un homestay.

Nous avons pu voir dans les témoignages que la plupart des habitants, entrepreneurs de homestay ou pas disposaient tous de certaines ressources de départ similaires comme l'évolution favorable au niveau politique et socio-économique (Doi Moi), l'apparition des touristes étrangers, une maison. Alors, qu'est ce qui est discriminant du point de vue de la décision d'investir ? Le principal critère est-il une certaine familiarité avec le tourisme et les touristes étrangers comme on a pu le mettre en évidence plus haut ? Le milieu social ou le niveau d'études jouent-il un rôle ? Ou alors le caractère pitorresque et le niveau de confort de la maison est-il essentiel ?

Le tableau suivant synthétise la situation en regard des trois éléments explicatifs de notre première hypothèse pour douze entrepreneurs et trois voisins.

Tableau 31 : Entrepreneurs et voisins (fond gris) en regard de 3 éléments explicatifs

	Education	Milieu social	Patrimoine immobilier initial
RP.01-M. Ba	Ecole de musique post-bac non terminée	De parents agriculteurs, il est agriculteur également En couple avec 3 enfants + sa mère quand il a lancé le homestay. Il est tout seul maintenant.	Une maison en béton en bon état, le long de la rue
RP.02-Mme Binh	Licence d'anglais Son mari : licence	De parents agriculteurs Son mari est un enfant adopté En couple avec deux enfants (collégiens, une fille à Vinh Long, un fils aux Etats-Unis)	Une belle maison traditionnelle en bois en bon état, bien située géographiquement

	Education	Milieu social	Patrimoine immobilier initial
RP.03-M. Chin	Ecole primaire	De parents agriculteurs Petit commerçante et conducteur de bateau En couple avec deux enfants (ils habitent hors du homestay)	Une petite maison en béton
RP.04-Mme Dao	Il est probable qu'elle n'ait pas pu faire d'études[31].	De parents agriculteurs, agricultrice elle-même. En voyant la grande maison en bois en bon état, on peut supposer que c'est une famille aisée Célibataire, elle vit avec la famille de son petit frère (couple avec 2 enfants)	Une belle maison traditionnelle en bois en bon état remarquée par Cuu Long
RP.05-M. Muoi	Niveau de type BTS	De parents agriculteurs, famille pauvre, agriculteur lui-même, Il a pris une dette pour construire la maison. En couple avec 2 enfants (ils habitent hors du homestay)	Une belle maison en bois sur pilotis repérée par Cuu Long
RP.06-M. Nam	Collège	De parents agriculteurs et pêcheurs, issu d'une famille très pauvre (touché par la famine). Passé par plusieurs professions dont conducteur de bateau touristique avant d'ouvrir son homestay. Trop pauvre pour sa marier avant d'avoir son homestay. En couple avec 2 enfants + sa mère	Une toute petite maison en béton
RP.07-M. Nghiep	Ingénieur en agronomie	De parents agriculteurs, agriculteur lui-même et artiste de bonsaïs. La maison en béton en bon état semble indiquer une famille aisée. En couple avec 2 enfants (ils habitent hors du homestay)	Maison avec un peu de style français, en béton en bon état, un jardin de bonsaïs, une belle localisation géographique
RP.08-M. Phu	Bac +2 en anglais Sa femme : licence	De parents agriculteurs, guide touristique. Son beau-père travaillait pour le comité populaire de la commune : relations sociales avec des policiers, des fonctionnaires locaux). En couple avec 2 enfants (au collège)	Maison en béton en bon état
RP.09-M. Tam Tien	Ecole primaire	De parents agriculteurs/pêcheurs (à Cau Mau), une famille pauvre de 4 enfants. Agriculteur lui-même Epoux sont soldats blessés. Il est agriculteur En couple avec 3 enfants (ils habitent hors du homestay)	Une petite maison en béton avec un grand verger, une belle localisation géographique
RP.10-M. Tien (homestay Sáu Giáo)	Collège	Un des fils de M. Sáu Giáo De parents agriculteurs, beaucoup de relations avec les autorités locales. Artiste de bonsaïs (reconnu dans le delta du Mékong) En couple avec 2 enfants	Une maison traditionnelle en bois en bon état
RP.11-M. Truong	Bac	De parents agriculteurs, agriculteur lui-même. Son beau-frère a été policier pendant des années Sa grande cousine est guide touristique pour des groupes d'allemands En couple avec une enfant.	Une belle maison traditionnelle en bois en bon état remarquée par Cuu Long

[31] Pas d'informations sûres sur son niveau d'éducation mais son père est mort en 1966, et sa mère avant lui, aussi elle a vécu chez ses grands-parents avec ses 5 petits frères, elle travaille depuis qu'elle est très jeune et

	Education	Milieu social	Patrimoine immobilier initial
RG.12-Mme Hoang	Bac +2 en tourisme	Son grand père (M. Sáu Giáo) était agriculteur, artiste de bonsaïs et premier homestay du delta du Mékong. De parents agriculteurs, Famille pauvre, ses parents et elle vivaient dans une chaumière Elle a été en contact avec les visiteurs et les touristes occidentaux chez son grand père En couple avec 2 enfants, elle vit avec ses parents et un petit frère	Une maison traditionnelle en bois en bon état, le long de la rue
EH.21-Mme Hang	Faible niveau d'éducation	De parents agriculteurs, petite commerçante, travaille aussi dans un homestay voisin En couple avec une fille, elle vit à côté de la famille de ses parents	Une petite maison en bon état en béton, le long de la rue
EH.22-Mme Tuyen	Niveau d'étude inconnu, mais a été enseignante au collège	De parents agriculteurs, a été enseignante au collège, désormais petite commerçante au marché local où elle rencontre souvent des touristes étrangers En couple avec 2 enfants	Une petite maison en béton en bon état
EH.20-M. Cang	Etudes dans le domaine culturel et informatique	De parents agriculteurs En couple avec 3 enfants	Une petite maison en béton en bon état

Auteur, 2019

Si l'on examine, le niveau d'études, on constate que parmi les entrepreneurs de homestay, il est très variable, allant de l'école primaire à la licence universitaire : la moitié des 12 entrepreneurs-gérants ont suivi des études supérieurs (3 se sont arrêtés en primaire, 2 au collège et un au bac), variété que l'on retrouve également parmi les 3 voisins interrogés (l'une a un faible niveau d'étude, la seconde a été enseignante en collège et le dernier a suivi des études supérieures). S'il n'est pas possible de considérer le niveau d'études comme discriminant de la décision de se lancer dans un homestay, cela veut dire en même temps qu'un faible niveau d'études n'empêche rien comme en témoignent les cas de M. Chin, Mme Dao, M. Tam Tien, M. Nam ou de M. Tien.

On peut dresser, la même conclusion en ce qui concerne le patrimoine immobilier : si parmi les douzes maisons dont disposaient les entrepreneurs avant de se lancer, figurent 6 maisons traditionnelles en bois dont une sur pilotis et une belle maisons en béton avec un grand jardin, le fait de n'avoir « qu'une toute petite maison en béton » n'empêche ni de se lancer avec cette petite maison, ni d'ouvrir par la suite deux nouveaux homestays dont un dans une maison traditionnelle en bois achetée et déplacée sur un terrain en bord de rivière comme l'a fait M. Nam.

Les différences de milieu social sont plus difficiles à appréhender : tous sont issus de familles d'agriculteurs et beaucoup sont agriculteurs eux-mêmes. Et une relative réussite personnelle ne signifie pas nécessairement que vos enfants en profiteront pour « monter socialement » : ainsi, deux des fils de M. Sáu Giáo, l'artiste de bonsaïs qui ouvrit avec l'aide de la compagnie touristique Cuu Long, le premier homestay, ont eux-aussi ouvert un homestay mais pas sans

difficultés, l'un étant très pauvre avant d'ouvrir son homestay et l'autre n'ayant pas dépassé le collège.

A priori, sans pouvoir affirmer que nos trois facteurs explicatifs n'ont pas d'influence sur la décision d'ouvrir un homestay, ils ne semblent pas pouvoir expliquer la décision d'ouvrir ou non un homestay.

Bien que le nombre de données dont nous disposons soit largement insuffisant pour procéder à une modélisation logistique (il en faudrait au moins 4 ou 5 fois plus), par curiosité, et pour aller au-delà de ce qui ressort de la lecture variable par variable du tableau précédent, nous avons voulu vérifier par curiosité, ce que donnait la prise en compte simultanée de nos variables explicatives. Comme nous disposons d'une variable expliquée binaire (décider d'ouvrir un homestay ou non), la méthode adaptée est la régression logistique binaire.

Pour réaliser une régression logistique binaire, nous avons transformé les données qualitatives en données quantitatives.

Pour le patrimoine immobilier initial, nous avons positionné chacune des situations sur une échelle de 1 (toute petite maison en béton) à 7 (maison traditionnelle en bois sur pilotis) en fonction de la valeur touristique et économique de ce patrimoine immobilier (nous avons visité toutes les maisons concernées).

Pour le niveau d'études, il s'agit simplement de quatre classes allant de 1 (primaire) à 4 (supérieur) en passant par le collège et le lycée.

L'échelle du milieu social repose sur notre connaissance de la société vietnamienne et d'un ensemble d'éléments non objectivés à partir de notre perception des personnes rencontrées sur leur lieu de vie avec leur famille et sur la base de leurs témoignages.

Enfin, nous avons voulu ajouter le facteur ressortant de notre analyse, même s'il ne figurait pas dans notre hypothèse de recherche initiale, à savoir le lien avec le tourisme.

Le tableau obtenu et les résultats de la régression logistique sont en Annexe 17. Les pseudo R^2 témoignent d'une très bonne qualité d'ajustement du modèle (entre 0,558 et 0,882). De fait, les résidus ne sont générés que par deux observations : M. Tam Tien et Mme Hang, la voisine qui travaille à l'occasion dans un homestay à propos desquels le modèle hésite. Le test de Hosmer-Lemeshow donne une valeur p de 1,000 > au risque d'erreur de 5%, ce qui validerait le modèle si le nombre de données était suffisant. Le rapport de vraisemblance indique, avec une p-valeur de 0,016, qu'au risque de 5%, le modèle serait globalement significatif. A l'opposé, le test de Wald indique qu'aucun des coefficients n'est individuellement significativement différent de zéro de même que l'ensemble des coefficients pris globalement, ce qui s'explique statistiquement par le très petit effectif des observations qui rend le test de Wald imprécis.

Ces résultats ne nous permettent pas de conclure de manière assurée dans un sens ou dans l'autre mais pourrait laisser entendre que le rôle des variables explicatives que nous avions

retenues dans notre première hypothèse pourrait être finalement important si on les complète par la variable « lien avec le tourisme ». Il serait intéressant de vérifier cela sur une zone géographique plus étendue permettant de réunir plus d'observations.

Intéressons-nous maintenant à l'étape suivant l'ouverture d'un homestay, à savoir ce qui va expliquer la réussite ou pas d'un homestay.

5.3 Facteurs de réussite

5.3.1 Le cas général

Il existe de nombreux déterminants de la réussite et de la croissance d'une entreprise. La réussite de l'entrepreneuriat est un phénomène complexe du fait de l'influence de facteurs internes et externes sur la performance des entreprises. Comme dans les grandes entreprises, les caractéristiques de l'entreprise, son infrastructure et les marchés des clients particuliers desservis sont des variables importantes affectant la performance de l'entreprise (Watson, Hogarth-Scott, et Wilson 1998, p.219-220). La conclusion générale semble être qu'il n'y a pas de modèle simple pour la réussite (Watson, Hogarth-Scott, et Wilson 1998, p.221). The Committee of Inquiry on Small Firms, connue sous le nom de rapport Bolton (1971), a souligné le rôle particulier du fondateur dans les petites entreprises. Il est donc essentiel d'examiner la personnalité, les expériences passées et les motivations du fondateur, ainsi que d'autres facteurs de l'environnement interne et externe (Bolton Report 1971). Ray (1993) suggère qu'il n'existe pas de personnalité de type idéal ni d'ensemble d'attributs marginaux garantissant la réussite d'une nouvelle entreprise. Afin de comprendre pourquoi certaines personnes deviennent des entrepreneurs et certaines réussissent mieux que d'autres, selon Ray, trois éléments clés doivent être abordés : la personnalité ou les attributs ; le parcours et l'expérience ; et les compétences (Ray 1993, p.345) (cf. Figure 25). Selon Ray (1993), la probabilité de lancer une entreprise prospère ne repose pas sur un ensemble fixe d'attributs, mais sur une variété infinie de combinaisons dans lesquelles les attributs positifs d'un individu pourraient l'emporter sur ses attributs négatifs (Ray 1993, p.349).

Figure 25 : Eléments clés de la réussite d'un entrepreneur

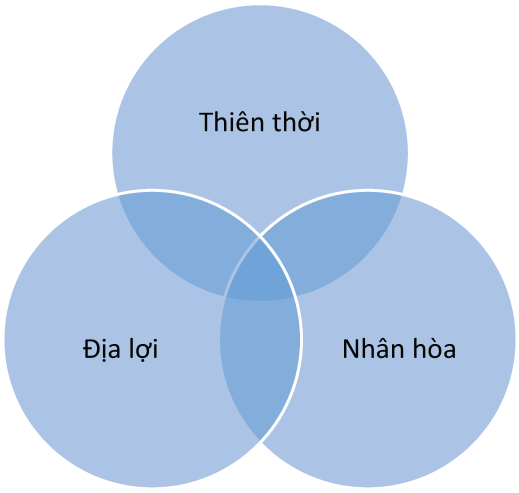
Source : (Ray 1993, p.345)

Au Vietnam, afin d'expliquer la réussite dans la vie, on évoque toujours trois facteurs dans un proverbe très populaire : *« Thiên thời, Địa lợi, Nhân hòa »*. En fait, ce proverbe est originaire de l'ancienne philosophie chinoise (Bach Tuyet 2012).

- Thiên thời : signifie la fortune ou l'opportunité ou le bon moment ou la chance. Spirituellement, c'est un élément qui est disposé par Dieu, l'homme ne peut pas le contrôler.
- Địa lợi : Le mot « địa » ici ne veut pas dire grand-chose, la signification importante de cette paire de mots réside dans le mot « lợi ». C'est des avantages. Par exemple, les citadins ont en général plus d'opportunités que les ruraux dans l'économie, l'éducation, le service de santé… ou ce que l'on possède comme : le terrain, la maison, le capital… « Địa lợi » signifie aussi l'avantage de situation géographique. Par exemple, un magasin se situe dans le quartier animé, a plus d'avantages dans le commerce.
- Nhân hòa : se compose deux éléments, un externe et un interne. Dans le commerce, l'élément externe consiste en des relations avec des partenaires (concurrence ou coopération). L'élément interne consiste dans les compétences, les motivations et l'expériences des gens qui font du commerce.

« Thiên thời » et *« Địa lợi »* sont des facteurs objectifs. Ils jouent un rôle important pour la réussite dans la vie. Par contre *« Nhân hòa »* est un facteur subjectif. Malgré que ce soit le dernier facteur du proverbe, c'est celui qui a le plus d'importance. On peut réussir sans *« Thiên thời »* et *« Địa lợi »* mais on ne peut pas réussir sans *« Nhân hòa »* (H. Nguyen 2007). Nous les résumons en la figure suivante (cf. Figure 26).

Figure 26 : Trois facteurs de la réussite



Auteur, 2019

De nos jours, certains auteurs occidentaux ont aussi examiné les facteurs de la réussite à partir du proverbe *« Thiên thời, Địa lợi, Nhân hòa »*, en anglais c'est *« right person, right place, right time »* dans le management et les affaires (McDonald 2010; Stokker et Hallam 2009; Asoh, Belardo, et Duchessi 2008; Parent, St-Jaques, et Bélievau 2008; Kuhn 2002).

Dans le domaine touristique, il est plus courant d'identifier les facteurs de la réussite plutôt que ceux de l'échec (Hamzah 2014, p.591). De nombreux auteurs ont parlé des facteurs de réussites dans le tourisme homestay (cf. 2.1.2.2). Au Vietnam, quelques études ont porté sur les facteurs de réussites du tourisme communautaire (Hamzah et Khalifah 2009; T. H. Bui et Nguyen 2007; ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team, s. d.). Ces études montrent que les ONGs ont joué un rôle clé dans celle-ci. Rappelons que les homestays étaient un élément important de ce tourisme communautaire à Ban Ho (Sapa, Lao Cai), Ban Lac (Mai Chau, Hoa Binh) ou Kim Bong (Hoi An, Quang Nam). La réussite du cas de Kim Bong a été attribuée à la dynamique du gouvernement local (ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team, s. d., p.4).

5.3.2 Le cas de l'île d'An Binh

S'interroger sur les facteurs de réussite des homestays de l'île d'Anh Binh suppose logiquement de définir au préalable de quelle réussite nous parlons. Qu'est-ce que la réussite ? Cela semble être une question simple, à laquelle il serait possible de répondre en adoptant un point de vue « etic » sous forme de résultats en termes de chiffre d'affaires, de profit, d'enrichissement et même en fixant des niveaux de réussite. C'est ce qui était sous-entendu dans la section précédente.

Mais ce qui nous intéresse ici, c'est le point de vue des entrepreneurs eux-mêmes (« emic ») et dès lors, dans l'impossibilité d'aboutir à une réponse identique pour chacun, il est beaucoup plus difficile de déterminer ce qu'est la réussite. Il se peut qu'une personne veuille se dépasser afin de prouver sa propre valeur, alors qu'une autre sera satisfaite d'avoir réussi à fabriquer un objet de ses propres mains, ce qui pourrait aussi correspondre pour cette dernière à un dépassement. Il se peut également que cela passe par le choix d'un métier qui lui correspond et qui est à la hauteur de ses ambitions, qu'elles soient petites ou grandes.

Nous considérerons donc que c'est à chacun des entrepreneurs de dire s'il a réussi ou pas. Et que les taux de remplissage soient bons ou pas, que l'entrepreneur étendent son activité (en ouvrant de nouveaux homestays) ou pas, aucun des entrepreneurs interrogés ne parle d'échec et les récits expriment tous une certaine satisfaction par rapport au choix d'avoir investi dans un homestay. Nous nous baserons donc principalement sur les dires des personnes interrogées et la notion de réussite sera donc relative à la personne interrogée.

Dans l'île d'An Binh, chaque entrepreneur démarre et développe le homestay en se basant sur sa vision, ses objectifs et ses motivations. Cependant, le développement des homestay se fait dans un contexte général. Ainsi, tout d'abord, nous voulons examiner certains facteurs généraux afin de savoir s'ils peuvent contribuer à la réussite des homestays.

Nous constatons que des facteurs mentionnés plus haut (cf. 5.2.2) peuvent contribuer indirectement à la réussite des homestays. Par exemple, la transformation en société par actions de la compagnie touristique de Cuu Long et la fin de son monopole dans les activités touristiques a permis aux entrepreneurs de homestay locaux d'avoir plus d'opportunités afin

de développer leur affaire. Nous pouvons nous poser la question de savoir si sans ce changement, les homestays de l'île d'An Binh auraient pu se développer comme ils l'ont fait.

On peut aussi relever les efforts de la province de Vinh Long ces dernières années. Elle a effectué plusieurs projets afin de développer le tourisme en général et des homestays en particulier : la promotion du tourisme à la télévision locale, dans les salons touristiques ; l'amélioration des infrastructures touristiques ; l'organisation de formations pour les entreprises touristiques et les entrepreneurs de homestay (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2017; 2016; 2014).

Traditionnellement, la situation géographique est un élément très important dans le Feng shui. Elle est également dans le facteur « Địa lợi » décrit plus haut. Le Vietnamien souhaite toujours construire sa maison dans une bonne situation géographique. Par exemple, on peut voir partout dans delta du Mékong, que la plupart des maisons se situent le long des canaux ou des rivières pour pouvoir facilement transporter les produits agricoles par bateau (P. D. Tran 2008).

L'avantage de la situation géographique de la province de Vinh Long et celui de l'île d'An Binh pour le développement général a été présenté plus haut (cf. 4.3, 4.4.1). Ici, nous trouvons que l'île est entourée par trois bords des rivières, se trouve sur la ligne touristique fluviale d'Ho Chi Minh Ville – Mékong – Cambodge. Elle est près des marchés flottants connus dans le delta du Mékong comme le marché flottant Cai Be (Tien Giang), Tra On (Vinh Long) et plus loin, Cai Rang (Can Tho). L'avantage de la situation géographique est tellement remarquable qu'un habitant ordinaire peut le reconnaître : « *Sur les conditions géographiques, cet endroit se situe en ligne touristique du pont My Thuan menant à Vinh Long, puis au marché flottant de Cai Be (Tien Giang). Vinh Long n'a pas la chance d'avoir de beaux paysages, des montagnes poétiques, des mers et d'immenses forêts comme Quang Binh. Les habitants ici ne savent jamais ce que sont les forêts, comment sont les montagnes et les mers. Quel dommage pour Vinh Long. Toutefois, cette province possède des îles, des îlots et des dunes formées par les rivières Tien et Hau, et les habitants ici sont issus de l'agriculture, spécialement la culture des arbres fruitiers. »* (RP.07-M. Nghiep).

La situation géographique favorable peut permettre d'attirer plus de touristes que d'autres endroits. En effet, nous pouvons faire une comparaison entre les communes de l'île. Parmi ces communes, An Binh se situe la situation géographique la plus favorable, elle est non seulement favorable sur le transport fluvial mais aussi sur le transport routier. En plus, elle est encore à proximité de la ville de Vinh Long. En effet, la commune d'An Binh représente 48% (11/23) des homestays de la province. Le tableau ci-dessous montre que les touristes sont plus nombreux à An Binh que dans d'autres communes.

Tableau 32 : Touristes étrangers dormant en homestay dans l'île d'An Binh (2011-2018)

Année	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	6/2018[32]
An Binh	…	…	2 398	…	3 892	4 167	4 875	2 424
Binh Hoa Phuoc	1 294	794	897	888	987	1 747	1 628	934
Dong Phu	…	…	…	..	…	…	…	…
Hoa Ninh	1 120	846	1 816	…	…	…	…	…

Auteur fait partir de (Police des communes d'An Binh, Binh Hoa Phuoc, Hoa Ninh et Dong Phu 2018)

En examinant chaque homestay, nous pouvons dire que le homestay Thuy An est un excellent exemple pour expliquer l'avantage de la situation géographique. Ce homestay se situe à Dong Phu où le système routier est très pauvre mais ce homestay est au bord de la rivière Tien, près de marché flottant Cai Be (Tien Giang). A cette endroit, on peut contempler le coucher du soleil ou le va et vient des bateaux chargés de riz. De ce fait, ce homestay reçoit toujours de nombreux touristes.

Cependant, l'avantage de la situation géographique peut être modifié dans le temps suite au développement socio-économique. Par exemple, avant, le homestay Muoi Day avait une situation unique qui avait amené l'investissement de la compagnie touristique de Cuu Long. Mais avec l'amélioration des infrastructures routières sa situation devient défavorable comme en témoigne le propriétaire du homestay Muoi Day : *« Autrefois, nous avions le bon endroit parce que notre maison se trouvait sur la ligne principale de la rivière, ce qui nous aidait à rencontrer beaucoup de touristes.*

Mais maintenant, il y en a beaucoup sur les routes. De plus, le prix d'essence étant élevé, habitant dans les plus petites ruelles, nous avons perdu plusieurs touristes à cause du long chemin vers ma maison.

C'est différent du passé : mon homestay se considérait comme l'un des points principaux alors que maintenant, les homestays comme Muoi Huong, Bay Thoi, Hai Dao, situés dans l'axe des rues, ont pris de l'intérêt. Donc, mon homestay, il se développe lentement, il ne peut pas se développer rapidement. » (RP.05-M. Muoi)

De nos jours, afin d'assurer la réussite, les entrepreneurs de homestay font particulièrement attention à la situation géographique et acceptent même de payer plus cher pour avoir un terrain très bien situé : « *Ce terrain coûte au marché environ 300 millions. On sait que nous voulons ouvrir un homestay, alors on nous fait payer plus cher. Et il nous faut accepter de l'acheter 500 millions. Pour nous, ce terrain est pourtant de grande valeur mais ils ne l'utilisent pas car il est trop bas. […] Il me faut investir des machines pour le rendre plus élevé, sinon il sera toujours inondé. Il se situe au bord du Mékong, en face de la ville de Vinh Long. Il donne sur la route, ce qui est une belle vue. Il est intéressant d'y mettre une chaise pour contempler la vue ou de pêcher. Ce qui est formidable, c'est qu'il est indépendant et ouvert. ...Ce terrain est inestimable. »* (RP.06-M. Nam).

On peut conclure que le facteur de situation géographique joue un rôle important pour la réussite des homestays de l'île d'An Binh. Ce facteur géographique de la réussite a aussi été

[32] Données sur les six premiers mois de l'année 2018

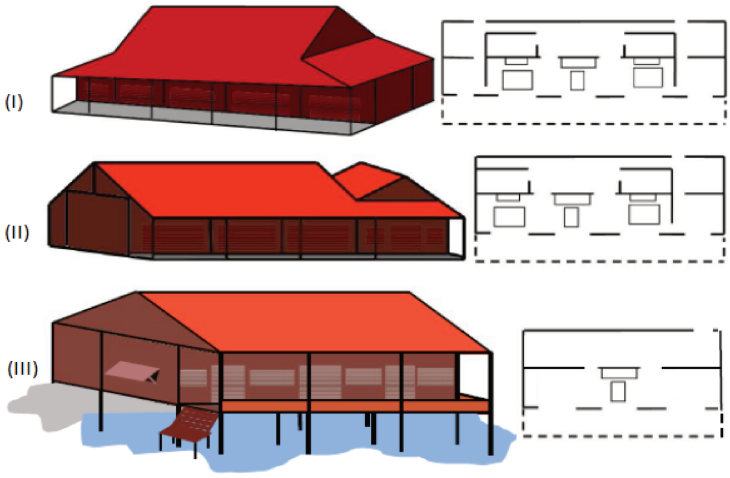
observé à Miso Walai, en Malaisie (Razzaq et al. 2012) ou au cas de Mae Kampong (Thaïlande) (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2014, p.114). En outre, une étude au Vietnam a aussi confirmé que la situation géographique joue un rôle stratégique pour la réussite dans l'entrepreneuriat (Hiemstra, van der Kooy, et Frese 2006, p.479).

Le deuxième facteur de « Địa lợi » est les caractéristiques des homestays. Autrefois, l'île d'An Binh avait de nombreuses maisons traditionnelles en bois de trois types : soit avec trois pièces et deux dépendances ; soit avec trois pièces et une dépendance ou celui de maison sur pilotis (Q. P. Truong, Nguyen, et Nguyen 2017b, p.323).

Le plan d'ensemble architectural de chaque type distingue les trois parties principales : (1) « hàng ba » (le couloir) – (2) « nhà trên » (le salon et l'autel) – (3) « buồng ngủ » (les chambres à coucher) et « phần phụ » (une partie dépendante). La fonction de « hàng ba » est de lutter contre la chaleur ou la pluie ; celle de « nhà trên » est l'espace de culte et d'accueil des visiteurs ; et celle de « buồng ngủ » dispose des chambres à coucher. Et Les parties supplémentaires où les hôtes posent en général des produits agricoles, des outils agricoles et la cuisine.

La maison sur pilotis est également sous la forme de 3 parties mais toute l'architecture est située sur la rive de la rivière ou du canal, et soutenue par un système de colonnes, le plancher en bois. Les parties supplémentaires peuvent être construites si les gens en ont besoin. Le couloir de ce type de maison est entouré par des barrières pour assurer la sécurité. La maison a aussi une échelle pour que les gens puissent monter/ descendre (T. V. Bui 2014, p.49-50) (cf. Figure 27).

Figure 27 : Modèles et plan d'ensemble des maisons



Nota :

(I) Maison de 3 pièces, 2 dépendances
(II) Maison de 3 pièces, 1 dépendance
(III) Maison sur pilotis

Source : (T. V. Bui 2014, p.50)

Ces maisons sont de plus en plus remplacées par des maisons en béton qui permettent de mieux lutter contre le climat (P. D. Tran 2008). Mais celles qui restent deviennent un atout

pour attirer les touristes car les touristes cherchent toujours quelque chose de nouveau ou de différent (Vuuren et Slabbert 2011, p.302; Urry 1990, p.10; Cohen 1972, p.165). En ce moment, les entrepreneurs de homestay essaient de construire ou de réparer leurs homestays selon les types architecturaux traditionnels. Nous observons que les homestays constitués de maisons traditionnelles en bois attirent plus les touristes que les autres. C'est le cas des homestay Ba Linh, Bay Thoi et Hai Dao. Donc, on peut conclure que les caractéristiques architecturales des homestays jouent également un rôle sur la réussite.

Pour Mme Binh, il est inconcevable de monter un homestay avec une maison moderne : *« D'une part, on doit avoir une maison traditionnelle et d'autre part, on doit améliorer l'intérieur de la maison afin de répondre aux besoins des touristes. On doit montrer les parties importantes de la maison aux touristes. On ne peut pas faire comme les paysans. »* (RP.02-Mme Binh).

M. Nam a ouvert son premier homestay avec sa toute petite maison en béton, mais pour le dernier homestay qu'il a ouvert, il vise plus haut et a acheté une maison en bois : *« Actuellement, une nouvelle maison en bois comme celle du homestay de Bay Thoi coûte 500 ou 700 millions dongs. J'ai acheté cette ancienne maison en bois pour 50 millions dongs. Au début, le propriétaire ne voulait pas la vendre car il l'aimait bien mais leurs enfants ont construit une grande maison en béton de l'autre côté. Donc, il a fini par me la vendre. Je l'ai acheté car d'une part, je l'aime bien ; d'autre part, les touristes apprécient les maisons en bois. J'y pense. En général, l'architecture d'un homestay doit être dans le style traditionnel de « miền Tây », j'ai construit cette maison sous la forme de 3 pièces, 2 dépendances. C'est le vrai style de « miền Tây » ».* (RP.06-M. Nam).

Même si les entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh présentent des caractéristiques communes que nous avons mentionnées plus haut (cf. 5.2.1), ils n'ont pas tous le sentiment d'avoir réussi en tant qu'entrepreneur de homestay comme le montre les récits qu'ils font de leur vie.

M. Tám Tiền est un entrepreneur âgé, un vétéran de la guerre revenu invalide. Dans son témoignage (cf. Annexe 12), il parle à plusieurs reprises de chance. En fait, « *il a échappé à la mort par la bombe B52 en 1965 », « l'inondation a détruit tous les vergers de tous les voisins tandis que sien avait des fruits en 2000 » et « il a rencontré des vétérans américains, surtout l'ancien secrétaire du président Lyndon Baines Johnson en 2001 ».*

Pourtant, la réussite de ce homestay ne repose pas que sur la chance de son propriétaire. Tám Tiền a été soldat quand il était jeune : il a montré le désir de mener une vie indépendante : *« Je voulais vivre ma vie ».* C'était peu répandu car le Vietnamien appréciait plutôt la vie collective à cette époque pré Doi Moi (P. Dang 2009). Au départ de son activité d'exploitant de homestay, il a rencontré beaucoup de difficultés : « *les soldats à la retraite n'ont pas beaucoup d'argent, ma femme et moi étions des invalides et je ne savais rien de l'anglais ».*

Il semble illustrer la définition de Sen des capabilités quand il se réfère, à leur propos, à la liberté de faire certaines choses de base jugées nécessaires à la survie et d'éviter ou d'échapper à la pauvreté ou à d'autres privations graves : *« à cause de la pauvreté, je devais faire tous mes efforts pour réussir et affirmer ma capacité de militaire. Je me suis toujours efforcé de réussir ce travail afin d'obtenir le respect de tous et d'éviter le mépris des autres ».*

Selon Tám Tiền, sa réussite s'explique par son *« esprit décidé, hérité de l'entraînement militaire […] je réussis grâce à ma persévérance ».* Il a toujours été dans une logique d'attention aux clients : *« pour ouvrir un homestay, il faut apprendre et mémoriser. Il ne suffit pas de laisser dormir les gens, de les faire payer, si on ne cherche pas à s'améliorer, on ne peut pas progresser. C'est pourquoi il faut continuer à discuter avec les touristes, leur poser des questions, écouter leurs explications, échanger des idées pour acquérir davantage d'expérience. »*

Dans cet exemple, les facteurs de réussite sont principalement des facteurs personnels, d'ordre éthique : « *Il faut avoir du talent, de l'âme, de la volonté et du sentiment ! […] Considérez les clients comme des amis proches. Si vous les traitez comme des vaches à lait, vous ne pourrez pas faire du tourisme, vous serez condamné à fermer rapidement boutique ! C'est pourquoi les Américains, les Européens viennent ici. Ils continuent à venir avec le temps. Cet endroit est désert, qu'y-a-t-il d'intéressant ? Pourquoi cherchent-ils à venir nous voir, à découvrir notre vie ? Ce n'est pas pour de la nourriture qui ne manque pas au marché et qui est nettement meilleure que chez nous. C'est pour l'hospitalité ! »* affirme-t-il. Il est vrai que des facteurs extérieurs participent aussi à sa réussite : la localisation géographique de son homestay est favorable, à la jonction de rivières offrant aux touristes un point de vue sur le va et vient des bateaux et sur la vie dans la rivière.

Par comparaison à d'autres homestays de l'île d'An Binh, nous avons constaté que le homestay Ba Linh est celui dont l'organisation de gestion est la plus collective (à un niveau familial). Il est en effet géré par M. Truong et sa famille élargie (frères et sœurs). M. Truong est un entrepreneur d'âge moyen dont le rôle dans la gestion du homestay est central (Annexe 13). Depuis l'ouverture du homestay, il se pose en permanence la question *« Comment est-ce qu'il me faut faire cela ? »*. Il est toujours en recherche de nouveauté, de différence afin de répondre aux besoins des touristes. Par exemple, il a eu l'idée de décorer les plats à partir de scènes culturelles traditionnelles. D'une part, ces images peuvent présenter avantageusement la culture locale ; d'autre part, elles peuvent ravir des touristes (cf. Photo 11) : « *Je viens de séjourner dans un hôtel cinq étoiles à Ho Chi Minh Ville il y a deux jours, on ne m'a pas servi un repas aussi bien décoré que cela, mais aujourd'hui que je séjourne dans ce homestay, je reçois ce bon service, je suis très émue. »* Autre innovation, il propose des cours de cuisine tous les soirs à 18H30 qui ont beaucoup de succès.

Photo 10 : Décoration des plats au homestay de Ba Linh

Auteur, 2016

Comme M. Tam Tien, il est toujours attentif aux besoins des touristes dans le but de les satisfaire : *« A mon avis, dans le travail, il faut avancer en faisant tâche d'huile, suivre les besoins des touristes et s'y adapter par étape. Personne ne m'avait appris cette méthode. Je l'ai découverte moi-même. J'ai réalisé des choses bien maitrisées. Je sers mes clients avec mon cœur. Il faut faire ce travail avec passion…Il exige de la patience, de la minutie et de la soumission, pas vrai ? Vous devez servir vos clients avec tout votre cœur, condition sine qua non pour réussir. »* La maîtrise de l'anglais est aussi un facteur contribuant à la réussite. Il ne cesse d'apprendre l'anglais. Actuellement, il est capable de communiquer avec les touristes pendant des heures. En plus, il a tôt développé de nouveaux canaux de vente en ligne de ses chambres.

En adoptant un point de vue « objectif », nous dirions que la réussite de son homestay s'explique par la coopération étroite de ses frères à la gestion du homestay, par les caractéristiques architecturales et confortables du homestay, par la maîtrise de l'anglais par les gérants, par le recours aux plateformes en ligne de réservation, etc…la liste est classique et peut être longue. En réalité, M. Truong tout comme M. Tam Tien sont sans doute dans le vrai : cela semble tellement évident dans leurs récits : le plus important, c'est le cœur, le sentiment avec lequel vous faites votre travail et avec lequel vous accueillez vos clients.

L'histoire de M. Nam, un entrepreneur d'âge moyen (homestay Ngoc Sang – récit en Annexe 10) nous montre qu'il est capable d'identifier des opportunités et d'amener les autres avec sa vision à travers de ses expériences professionnelles *« Je pensai que c'était la seule façon pour gagner plus d'argent, avec la participation de tous les membres de ma famille […] En tant que passeur, je retins des leçons pour moi. Quand je voyais de beaux paysages ou des endroits paisibles, je les gardai dans un coin de ma tête, pour les montrer après aux touristes ».* Il fait particulièrement attention aux besoins des touristes, il témoigne : *« Je faisais attention aux besoins des touristes et je cherchais à comprendre leurs désirs […] Il faut saisir les idées et besoins des touristes pour connaître leur goût et leur faire plaisir.* Comme M. Truong, il est

bien conscient de l'importance de l'anglais afin de mieux comprendre les touristes, il a donc commencé à étudier l'anglais juste après le lancement du homestay *« Et je commençai à étudier l'anglais. Je travaillai et étudiai en même temps » […] Dans la journée, je travaillai avec les touristes et j'imitai leur accent, je répétai puis je commençai à maîtriser peu à peu l'anglais ».* Le haut niveau d'anglais qu'il a atteint est reconnu unanimement par ses concurrents : « *Grâce à mon travail, ma fille a commencé à étudier à l'école, elle apprend l'anglais, elle possède les certificats A, B et C, mais elle parle moins bien que Nam car il a d'esprit particulier. Il n'étudiait qu'au collège du village mais il peut communiquer directement avec les touristes. C'est génial ! Il parle tous les jours. Jusqu'à maintenant, il parle aussi bien que les guides touristiques. Il est doué pour l'anglais. » (*RP.03-M. Chin).

Nous constatons qu'il a choisi une voie commerciale indépendante, différente de celle de ses voisins dès le début du lancement du homestay. Il s'oriente vers la clientèle « routard ». En outre, il construit différentes façons d'accéder à la clientèle en recrutant comme informateurs des chauffeurs de car sur le trajet Saïgon - Vinh Long ou un réseau de taxi-motos : « *Ces chauffeurs de moto touchèrent une commission en fonction des résultats (le client choisit de rester ou pas chez moi). Maintenant, je vends aussi les chambres sur Internet via des sites comme booking.com, agoda.com ou par courriel ».* Cette recherche toute azimut de contacts directs avec le touriste provient de la volonté forte de rester indépendant vis-à-vis des compagnies touristiques comme des guides touristiques.

De plus, il ne cesse d'améliorer la qualité de service : « *il nous faut identifier nos points faibles et les corriger »* et de chercher la nouveauté, la différence afin de répondre aux besoins des touristes. Par exemple, il envisage de créer plus d'activités quotidiennes (« *ils veulent connaître notre vie quotidienne ou nos plats gastronomiques. Donc, nous devons essayer de leur montrer nos activités de tous les jours. Quand mon père était encore en vie, il s'occupait de son jardin potager et les touristes venaient ramasser les divers légumes, du maïs … Ils appréciaient beaucoup ce genre d'activités. Puis on allait pêcher. […] Par exemple, vu que mon homestay se situe près de la rivière, je pourrais organiser de la pêche ou l'installation de filets. Les touristes pourraient y ramasser des poissons. Tendre le filet à cet endroit est aisé. »*) voire de construire une piscine parce qu'il a le sentiment que cela pourrait plaire aux familles (« *j'ai l'intention de faire installer une piscine, mais je n'en suis pas sûr. Largeur 4m, longueur 6m, profondeur 2m. Pour les touristes. En été, il fait trop chaud. Les familles avec des enfants adorent un tel environnement. Je m'en rends compte. »*).

En outre, il observe attentivement la concurrence, dans une attitude prospective active : « *maintenant, les gros homestays ne sont plus comme autrefois. Les clients cherchent de la qualité. J'ai l'intention d'aller voir Coco Riverside Lodge, parce que j'ai acheté un terrain à côté de la rivière. J'étudie leur façon de faire et je vais m'en inspirer en ajoutant plusieurs activités pour les touristes. »*

En 2017, il décide de participer à un tour d'une dizaine de jours autour du Vietnam organisé par le Service de la Culture, du Sport et du Tourisme de la province à destination des agences

de voyage. Cela peut être une stratégie efficace au Vietnam car d'une part, il peut renforcer des relations avec des autorités, d'autre part, il a aussi des opportunités d'apprendre quelque chose de nouveau pour son activité même s'il admet n'avoir rien appris : « *Je payai 9 millions VND. C'était pour moi l'occasion de visiter les sites touristiques connus comme Sapa (Lao Cai), Bac Giang, Ninh Binh, Nghe An, Quang Binh, Hué, Nha Trang, Phan Thiêt et Dong Nai… Mon objectif fut de visiter les homestays qui avaient réussi pour les imiter. Malheureusement, ce voyage ne m'a pas permis d'apprendre grand-chose : les homestays au Nord et au Centre étaient différents du mien. Chaque région avait sa propre façon d'organiser son homestay, et ceux-ci étaient comme une auberge installée en ville et non pas à la campagne. Ce n'est pas ma vision d'un homestay. »*

Cette dernière observation montre que même s'il est à l'écoute en permanence des touristes, de la concurrence, des évolutions de son environnement, il n'est pas soumis au vent mais sait exactement ce qu'il veut.

Mme Binh, une entrepreneur d'âge moyen (homestay Ut Trinh – récit en annexe Annexe 9) a été guide touristique au sein de la compagnie Cuu Long pendant des années avant de se mettre à son compte avec son mari. Elle a un bon niveau d'anglais, puisqu'elle dispose d'une licence universitaire en anglais.

En écho aux affirmations des précédents entrepreneurs, elle nous confie que le plus important pour réussir, c'est le cœur et la passion : *« L'argent n'est pas le plus important, si on en a, tant mieux, sinon, ce n'est pas si grave. […] Ce qui est le plus important, c'est d'avoir le cœur et la passion, par exemple : on ne pourrait réussir que si on était passionné par ce qu'on fait. […] Par rapport à certaines personnes âgées dans cette région, je suis mieux placée qu'elles, au niveau langues étrangères, connaissances, possibilités de voyager partout pour acquérir d'autres expériences et les appliquer chez moi ».*

Elle aussi, est à l'écoute de la demande touristique *: « Il nous faut bien comprendre le goût et la demande des touristes. »*

Elle a une stratégie différente d'autres homestays en faisant le choix initial du confort et du haut de gamme de manière affirmée : *« En 2009, j'ai construit mon premier homestay avec comme particularité : des toilettes à l'intérieur. De nombreuses critiques s'élevèrent « les toilettes ne sont pas indispensables à l'intérieur. Les touristes doivent s'adapter aux conditions de vie des autochtones ». Ce n'est pas mon avis. En réalité, on rencontre diverses catégories de touristes : à côté des routards, on trouve d'autres touristes appartenant à des familles aisées. Moi, je souhaite que les touristes puissent avoir un espace privé et agréable pour se reposer, après une journée de voyage, pour continuer leurs activités au sein de la famille d'hôte. Le homestay disposant de moins de confort que les hôtels et palaces, il faut créer un espace gracieux pour attirer les touristes. Pour moi, des toilettes intérieures en font partie. »*

Elle a la volonté de transmettre la culture vietnamienne traditionnelle à ses clients étrangers et a mis au point un programme dans ce sens, lequel ne semble pas rencontrer un grand

succès pour le moment : *« Dans mon homestay, les voyageurs peuvent devenir « địa chủ » (propriétaire terrien) pendant une journée. Ce programme les aide à comprendre la vie quotidienne des propriétaires terriens d'autrefois. Ils séjournent dans la maison antique, sont servis à manger, à boire, vont se promener, etc… grâce à nos employés. Je souhaite qu'ils puissent deviner et comprendre un peu la société ancienne au Việt Nam. Mais ce programme n'est pas très populaire. »*

Elle se distingue des responsables d'autres homestays par sa capacité à nouer des partenariats internationaux, avec des agences de voyages, des centres de formation, ce qui ajouté à la compagnie touristique familiale gérée par son mari (Mékong Travel) : *« depuis longtemps, des agences de voyage organisent des programmes touristiques pour les étudiants étrangers dans mon homestay. Par exemple, à Singapour, dans leur cursus universitaire, les étudiants doivent faire des stages à l'étranger. A leur arrivée, je leur ai suggéré de participer à des activités sociales d'ici : aider à construire des routes, des ponts, à réparer des écoles… etc. Maintenant, j'accueille de nombreux groupes de touristes étrangers étudiants français, anglais, australiens, … »* Cette stratégie de partenariats lui assure une source stable de clients, qui lui permet de se passer des ventes en direct via les plateformes en ligne dont la clientèle (*« touristes qui cherchent des séjours à bas prix »*) n'est pas sa cible.

Mme Oanh (homestay Ngoc Phuong – récit en Annexe 15) a commencé à gérer le homestay familial dans des conditions personnelles difficiles suite à la mort de son mari, mais avec la farouche volonté de s'en sortir pour sa fille, indépendamment de sa belle-famille : « *Tenir un homestay est quelque chose de très pénible : je me lève à 5h du matin pour préparer le petit déjeuner, puis je travaille toute la journée sans avoir le temps de me reposer. Parfois, je dois rester debout jusqu'à 23 voire 24h pour servir les clients s'ils ne sont pas encore au lit. Mais ça me plait. »*

Sans aucune expérience du tourisme et en l'absence de maîtrise de l'anglais, elle a appris sur le tas : *« J'avais acheté un dictionnaire vietnamien-anglais. Pour exprimer leurs besoins, les touristes ouvraient le dictionnaire pour trouver le bon mot, et moi je faisais pareil pour leur répondre. […] Alors qu'à présent, c'est tellement pratique, tellement facile avec les traductions sur Google. Sur Google, je saisis la phrase en vietnamien, la phrase en anglais ou français apparait instantanément. […] En général, je sais que je peux communiquer avec les étrangers car c'est mon travail quotidien. »*

Dans une volonté d'innovation et d'attention aux touristes, elle se forme en permanence : « *Pour décorer les plats, Je vais sur YouTube. Je regarde les vidéos, j'apprends les techniques culinaires et je les imite. En général, aucun membre de ma famille n'a un niveau de connaissance avancé. Parfois, j'essaye en vain les recettes sur Internet. Du coup, je fais tout moi-même. »*

Elle suit les besoins des touristes *(« dans ce métier, j'ai rencontré diverses catégories de touristes. Il me faut tirer des expériences. Je dois suivre le besoin de touristes »)* tout en sachant

exactement et de manière quasi-instinctive, où fixer les limites pour ne pas se perdre : *« Il faut en tenir compte, mais pas trop sinon, ce ne serait plus un homestay. Par exemple, ils réclament des chambres fermées, sans bruit. Avant, nos chambres n'avaient pas de plafond. Maintenant elles sont tous fermées en haut par des plafonds. […] Depuis toujours, le chant des coqs réveille les gens qui vont travailler, dans les bureaux, aux champs. Et les touristes réclament le silence, mais c'est impossible. Très tôt à l'aube, les gens discutent déjà dans la rue, ils font du sport. Et vous savez, les gens d'ici parlent très fort. Impossible de ne pas les entendre dans les chambres. […] Avec des chambres fermées munies de fenêtres vitrées, je dois augmenter le tarif à 300 000 VND. Alors les touristes ne viendront plus. En apportant trop de modifications, nous transformons nos homestays en chambres d'hôtel ! ».*

Sans n'avoir jamais suivi aucune formation en marketing, elle semble savoir exactement comment procéder pour déterminer la difficile alchimie entre les ingrédients du marketing mix correspondant à la clientèle ciblée par son homestay. Pour vendre, elle passe par les sites internet de réservation en ligne : *« Je devais trouver des touristes moi-même, puis je vends sur Internet, des sites comme agoda.com, booking.com… »,* ce qui lui permet de toucher la clientèle individuelle bon marché qui est la sienne. En comparaison des homestays voisins, son prix est toujours le moins cher (12 USD par personne et par nuit, petit déjeuner compris contre 15 USD chez Nam Thanh ou 17 USD chez Phuong Thao).

Mme Hoang, petite-fille du propriétaire du premier homestay Sau Giao, gère le homestay Bay Thoi créé par son père (récit en Annexe 14). Elle a suivi des études dans le tourisme et a commencé par voyager par accumuler des expériences et des connaissances avant de revenir s'occuper du homestay de ses parents : « *en 2008, je rentrai pour aider mes parents à développer l'affaire. J'apportai certaines suggestions, en particulier la création d'une ambiance chaleureuse dans la famille pour accueillir les clients. […] Nous considérons les touristes comme nos amis, nos cousins, pas comme des clients. A leur arrivée, mes parents viennent leur souhaiter la bienvenue. Puis à mon tour, je leur donne des tuyaux, les endroits pour visiter, pour manger, la région ne disposant pas beaucoup d'endroits pour manger. Pour éviter qu'ils s'égarent, je leur fournis un plan muni du numéro de téléphone de Bay Thoi. Ils peuvent m'appeler s'ils se perdent et j'irais les chercher pour les ramener chez nous. Je fais le maximum possible. Ainsi, avec ma participation, ce homestay se développe jour après jour pour devenir ce qu'il est aujourd'hui. »*

Elle prévoit d'accroître le confort offert aux touristes *« A propos de la qualité, on est en train de s'améliorer. Par exemple, je décore les chambres et fais élargir celles qui sont trop petites. Dans l'avenir, je vais installer des climatiseurs. Car les homestays qui ouvrent aujourd'hui en ont. Autrefois quand on parle de voyager à la campagne, c'est comme s'adapter à l'environnement, mais en fait, 50% ou 60% des touristes ne peuvent pas s'adapter, on pense donc qu'il vaut mieux installer des climatiseurs. »*

Par rapport à ses parents, elle est active dans la recherche de nouvelles agences partenaires, notamment à Saïgon, susceptibles de leur envoyer des clients et a mis son homestay sur les

différentes plateformes de réservation en ligne. Remarquons, qu'elle est plus dans une recherche tous azimuts de clients que dans une stratégie ciblée de clientèle comme Mme Oanh ou Mme Binh.

Bien qu'il ait hérité de la fortune et de la réputation de son père, M. Sáu Giáo, M. Tien semble être dans l'incapacité de gérer son homestay. Pourtant, il nous a affirmé vouloir continuer d'exploiter son homestay tout en listant plusieurs difficultés rencontrées : *« Autrefois, le homestay de M. Sáu Giáo* [son père] *était très célèbre, il est même apparu à la télévision française et américaine... Mais depuis la mort de mon père (2005), le nombre de touristes a diminué. Actuellement, nous accueillons quelques touristes, la plupart du temps pour le déjeuner, envoyés par la compagnie touristique de Cuu Long ou par l'école.*

Mais les touristes ne dorment plus chez nous. Je ne sais pas comment faire, comment attirer les touristes ? Je ne veux pas changer, je veux garder le style de mon père. Je ne parle pas anglais. Mes enfants ne parlent qu'un peu anglais. Le marché est un champ de bataille, comme les concurrents qui veulent nous renverser. Aujourd'hui, les gens traînent, achètent les guides touristiques. La fausseté augmente, le vrai diminue.

Les gens ont construit leur homestay plus tard, ils sont plus nouveaux, plus beaux, plus étranges, plus attrayants... ? Maintenant, ma famille souhaite toujours coopérer afin d'exploiter le homestay. Nous pouvons le louer si quelqu'un ou des entreprises le veulent sous le nom de M. Nguyễn Thành Giáo. » (RP.10-M. Tien).

Il donne l'impression d'être une personne dépassée par la situation, incapable de s'y adapter. Nous pourrions dire qu'il est en manque d'agencéité, au contraire d'une personne qui agit et apporte du changement (Sen 2000, p.19). Il est aussi possible qu'il manque de confiance en lui ou ait été écrasé par la notoriété de son père dont il semble vouloir exploiter le nom. Nous avons pu observer qu'il est mécontent, en colère et blâme les autres. Il semble être jaloux de son grand frère (le propriétaire du homestay Bay Thoi).

Quelle conclusion tirer de ces différents témoignages à propos des facteurs de réussite les plus pertinents ? Rappelons que notre deuxième hypothèse était que *les facteurs personnels jouent un rôle clé pour la réussite d'un homestay.*

Les résultats plus haut ont confirmé comme annoncé dans l'approche par les capabilités, qu'il existe de nombreux facteurs contribuant à la réussite d'un homestays dans l'île d'An Binh. Ce peuvent être des facteurs sociaux comme l'évolution du contexte politique et socio-économique, les goûts des touristes en termes de caractéristiques de homestay. Il peut aussi s'agir de facteurs environnementaux comme la localisation géographique ou de facteurs personnels comme la personnalité, les compétences de l'entrepreneur ou du gérant.

Il est possible aussi que le mode de gestion puisse parfois jouer un rôle. Notons que dans l'île d'An Binh, 91% des homestays sont gérés en famille (21/23) ou par des compagnies touristiques (9% - 2/23). Dans d'autres régions du Vietnam, la gestion est plutôt communautaire : Ban Ho (Sapa, Lao Cai), Ban Lac (Mai Châu, Hoa Binh), Lang Doi (Thua Thien

Hué), Kim Bong (Hoi An, Quang Nam) et My Hoa Hung (Long Xuyen, An Giang), ce qui s'explique notamment par le fait que les homestays de ces localités ont été financés par des ONGs (Hamzah et Khalifah 2009; T. H. Bui et Nguyen 2007; ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team, s. d.). Mais d'après (T. H. Bui et Nguyen 2007), il n'est pas possible de parler vraiment de réussite à leur propos. Peut-être qu'une gestion familiale est plus a (T. T. O. Nguyen 2006, p.317) considère qu'une gestion familiale est plus indépendante et permet à la famille d'être plus souple pour faire des choix (stratégie de développement ou de prix). Nous dirions plutôt qu'il est fortement probable qu'une gestion communautaire ne soit pas adaptée à toutes les situations (Schéou, Girard, et Nguyen 2019).

Parmi les différents facteurs, nous constatons que les facteurs sociaux jouent un rôle facilitateur, parce qu'ils permettent aux entrepreneurs d'avoir plus de facilités et d'opportunités dans l'entrepreneuriat touristique et que le facteur environnemental joue un rôle important, parce qu'il permet aux entrepreneurs d'avoir des conditions favorables dans le développement touristique. Mais ce sont peut-être les facteurs personnels qui font la différence en termes de réussite.

Nous avons dressé plus haut un portrait général des entrepreneurs de homestay dans l'île d'An Binh (cf. 5.2.2). Sans nous répéter, disons qu'ils ont surmonté les nombreuses difficultés rencontrées en réussissant à convertir les ressources à leur disposition en un homestay. Puis le conduisent avec plus ou moins de réussite, plutôt grâce à leurs compétences personnelles comme la compréhension du comportement de la clientèle, la compétence en langue étrangère, un bon rapport qualité/prix, une stratégie marketing adaptée, une amélioration constante de la qualité de service, ensemble de compétences que nous pourrions résumer en une plasticité et une créativité permettant l'adaptation constante à la demande touristique.

Selon (Simpson, Tuck, et Bellamy 2004), le niveau d'éducation et de formation des entrepreneurs a un effet positif sur la réussite de l'entreprise car la plupart des connaissances et des expériences des entrepreneurs sont réutilisées dans la gestion de l'entreprise. Ce point de vue a également soutenu par (Dickson, Solomon, et Weaver 2008). Pourtant, notre étude démontre que le niveau d'éducation des entrepreneurs ou des gérants n'est pas vraiment corrélé de manière significative avec la réussite d'un homestay. En effet, plusieurs entrepreneurs n'ont pas fait d'études alors qu'ils ont mené leur homestay à la réussite. Par exemple, RP.07-M. Truong n'a que le bac, RP.06-M. Nam a arrêté se études au collège, tout comme RG.14-Mme Oanh. Ce résultat est similaire à l'étude de (Douglass 1976, p.44). Cependant, nous découvrons que l'âge et la santé influencent sur la réussite. Par exemple, RP.09-M. Tam Tien a surmonté plusieurs difficultés afin de convertir ses ressources en un homestay et de le conduire à la réussite mais pour le moment, cette réussite est vacillante en raison de son âge avancé et de sa santé défaillante.

Au sein de ces compétences, celle qui ressort avec le plus d'évidence dans les témoignages est peut-être la maîtrise de l'anglais. Sans nier qu'il s'agit d'un élément important pour la réussite d'un homestay car cette compétence permet aux entrepreneurs/gérants de mieux

comprendre le comportement des clients et de s'adapter mieux aux attentes des touristes en s'ajustant ou en créant des nouveautés. En outre, elle permet aux entrepreneurs d'éviter de dépendre des compagnies touristiques ou des guides touristiques en s'adressant directement aux touristes.

Pourtant, nous ne dirions pas que c'est la compétence la plus importante car plusieurs des entrepreneurs interrogés ont montré qu'il était possible de passer outre l'absence de maîtrise de la langue, à l'exemple en particulier de Mme Oanh : *« Pour commencer, le langage, premier obstacle du temps où l'Internet n'existait pas encore. J'avais acheté un dictionnaire vietnamien-anglais. Pour exprimer leurs besoins, les touristes ouvraient le dictionnaire pour trouver le bon mot, et moi je faisais pareil pour leur répondre. Avec le temps, je connais par cœur ces mots. »* (RG.14-Mme Oanh) ou de son frère M. Nam : « *Ma connaissance en anglais était limitée aux salutations […] Et je commençai à étudier l'anglais. Je travaillai et étudiai en même temps. Je continuai à étudier pendant 2 ans. J'insistai sur la grammaire, j'achetai des cassettes pour apprendre. Dans la journée, je travaillai avec les touristes et j'imitai leur accent, je répétai puis je commençai à maîtriser peu à peu l'anglais. » (*RP.06-M. Nam).

Il nous semble que la compétence la plus importance, c'est l'attention : l'attention aux touristes, l'attention aux différentes évolutions, de la demande, de l'offre, du marché, …. Et ensuite, c'est l'agencéité qui va permettre d'agir, de réagir, d'anticiper, de saisir les opportunités en fonction des observations résultant de l'attention. Le facteur le plus important selon nous est donc le couple attention-agencéité, donc plutôt des compétences apprises par l'expérience que transmises comme peuvent l'être le marketing, la maîtrise de l'anglais, la connaissance du concept de qualité de service, ...

En basant les analyses plus haut, nous confirmons ici que *les facteurs personnels jouent un rôle clé pour la réussite d'un homestay dans l'île d'An Binh.*

5.4 Effets du tourisme homestay sur le développement humain

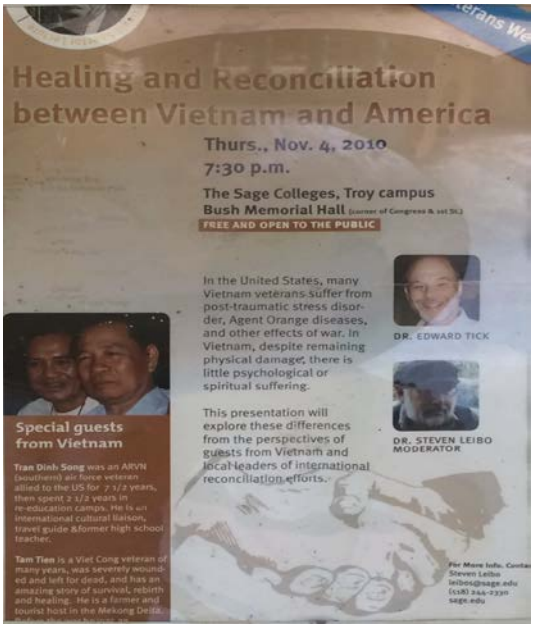
5.4.1 Effets sur les entrepreneurs de homestay

Nous avons vu plus haut que la théorie du développement de Sen Amartya en tant qu'élargissement des capabilités est le point de départ de l'approche du développement humain : le développement a pour but d'améliorer les vies humaines en élargissant l'éventail de ce qu'une personne peut être et faire, par exemple être en bonne santé et bien nourrie, être informée et participer à la vie du groupe social. Vu sous cet angle, le développement passe par la suppression des obstacles à ce qu'une personne peut faire dans la vie, tels que l'analphabétisme, la mauvaise santé, le manque d'accès aux ressources ou le manque de libertés civiles et politiques (Sen 2000).

Les études montrent que le tourisme a différents impacts positifs comme négatifs sur les aspects de développement humain (cf. 2.1.1.2) et qu'il est difficile de dresser un bilan général. Il en est de même pour le tourisme homestay dont les différentes expériences documentées ont montré des effets plus ou moins positifs pour le développement humain (cf. 2.1.2.3) sans

qu'il soit possible de conclure d'un point de vue général. Ici, nous nous intéressons aux effets en termes de développement humain sur les entrepreneurs eux-mêmes et leur famille, en passant en revue les différents entrepreneurs interrogés.

Photo 11 : Affiche de présentation de M. Tam Tien aux États-Unis



Pris par l'auteur chez M. Tam Tien

Commençons par M. Tám Tiền, entrepreneur âgé, revenu invalide de la guerre dont le récit complet est en Annexe 12. Son histoire est un cas exceptionnel. Au-delà des effets positifs économiques, son homestay lui offre la possibilité de nouer des relations avec des personnes du monde entier et d'étendre ses connaissances socio-culturelles. Cela lui a permis d'aller aux États-Unis et au Japon et de mieux connaître et comprendre la vie dans ces pays. Il a pu expérimenté la liberté, la démocratie, l'égalité et la fraternité des américains et des japonais. Il s'intéresse aux différences entre le Vietnam et les autres pays, comme par exemple, le développement de la technologie aux États-Unis ou la personnalité particulière des japonais (intelligence, sagesse, prudence, précision). Il apprécie aussi l'amitié que les Américains ont pour leurs anciens amis soldats.

Localement, son homestay lui apporte des moyens financiers suffisants pour lui permettre ensuite d'aider ses voisins comme certains pauvres dans sa commune. Il a aussi participé au financement de la reconstruction d'écoles. Au niveau international, le homestay lui permet d'avoir des amis internationaux grâce auxquels, il est devenu un ambassadeur de la paix pour « Healing and Reconciliation between Vietnam and America ». Son histoire montre que le tourisme peut participer à la consolidation de la paix et à la compréhension et l'espoir entre les peuples (D. Smith 2004).

L'anecdote racontée par M. Truong renforce ce point de vue : « *mon père vivait encore, il y avait deux touristes chez moi. […] Je ne sais pas ce qu'ils disaient exactement mais ils parlaient de la guerre. Dans le passé, mon père avait participé à la bataille de la route 9, Khe Sanh. Mon père leur a demandé : « Où avez-vous participé ? », un touriste a répondu : « A Khe Sanh ». « Moi aussi », mon père a dit. Ce touriste a donc ouvert sa chemise pour montrer son ventre blessé. Il a demandé à mon père s'il avait tiré sur lui (rire). Ils se sont embrassés. Mon père ne connaissait pas la langue mais ils ont bien communiqué ensemble. »* (RP.11-M. Truong).

Ces exemples indiquent le tourisme est un moyen de promotion de la paix (Honey 2011, p.2). Et l'exploitation d'un homestay peut renforcer la déclaration de l'Organisation Mondiale du Tourisme à Manille en 1980, dans laquelle, le tourisme est considéré comme une force pour la paix globale (Organisation mondiale du tourisme 1980). A l'inverse, la paix est aussi un des ingrédients de la réussite du tourisme (World Travel & Tourism Council 2016a).

M. Nam a été un enfant pauvre qui *« ne pensait qu'aux repas* » (récit en Annexe 10). Il ne rêvait que de besoins physiologiques du niveau le plus bas de la pyramide de Maslow (Maslow 1987), il se sentait exclu par les plus riches en raison de pauvreté, vérifiant l'affirmation de Sen selon laquelle, la situation d'un pauvre peut l'empêcher de réaliser certains fonctionnements élémentaires comme la participation à la vie de la communauté par l'exclusion dont il est victime (Sen 2000, p.71).

Depuis le lancement de son premier homestay (le troisième a été ouvert au printemps 2018), sa vie est complètement différente, après un parcours volontaire et obstiné. Il a un travail qu'il aime et de nombreuses opportunités d'élargir les différentes dimensions de sa vie. Économiquement, l'exploitation de homestays l'aide non seulement à échapper à la pauvreté (il est même devenu un « đại gia »[33] à la campagne) mais aussi à étendre ses activités économiques avec de la location de voitures et de scooters.

Le homestay, grâce à l'observation des touristes lui apporte de nombreuses connaissances à propos de choses aussi diverses que l'éducation des enfants, le respect des règles dans les transports, le respect de l'environnement, … : *« Dans la gestion du homestay, j'observe la culture des étrangers, très intéressante dans la protection de l'environnement, dans l'éducation de leurs enfants. C'est dans le domaine éducatif qu'il faut les imiter, apprendre et enseigner aux autres. La plupart continuent à jeter leurs déchets partout. Mais pas nous. Parfois, je transportais mes poubelles d'ici à Vinh Long pour les jeter. Mes voisins se moquaient de moi. […] Autrefois, je jetais partout les ordures, les chewing-gums, je ne les jette plus actuellement (rire). Je suis les touristes, j'apprends la civilisation des touristes. ».* (RP.06-M. Nam). En plus, le développement de ses homestays a permis la création d'emplois pour les sept membres de sa famille et pour six voisins recrutés pendant la haute saison.

Il en est de même pour M. Nghiep, un entrepreneur âgé, propriétaire du homestay Tam Ho (récit en Annexe 11), mais lui met l'accent sur l'ouverture sur les cultures du monde que permet son homestay : *« avoir un homestay me donne la chance d'être en contact avec différentes cultures qui m'apportent de bonnes et nouvelles choses à apprendre. »* En outre, cela lui permet de transformer les contacts avec certains clients en opportunités d'affaires pour sa pépinière d'arbres fruitiers : *« En dehors de la culture, sur le plan professionnel, j'ai eu la chance de rencontrer des touristes spécialisés en agronomie. J'ai appris beaucoup d'eux et inversement […] Actuellement, j'exporte mes arbres fruitiers dans certains pays d'Asie du Sud-Est, en Espagne, aux États-Unis et dans les pays voisins : Chine, Taiwan, Japon…tout ça grâce au tourisme et mon homestay. »* (RP. M. Nghiep).

Le récit de la gérante du homestay familial « Ngoc Phuong » pourrait donner lieu à un film racontant le destin d'une femme à la campagne dans le delta du Mékong (cf. récit en Annexe

[33] Le terme *« đại gia »* désigne ceux qui sont riches et possèdent de nombreuses et grandes propriétés et des biens de consommation abondants, mais dans le discours quotidien et médiatique, le terme est utilisé plus largement et communément pour parler de ceux qui ont des revenus et certains biens, en particulier des biens de loisirs (Phuc 2012, p.143)

15). Née dans une famille pauvre, elle a dû arrêté ses études à cause de sa pauvreté et a passé sa jeunesse avec différents métiers. Méprisée par ses collègues, guides touristiques, rejetée par sa belle-famille après la mort de son mari, elle était hébergée par ses parents avec sa fille. Elle était même honteuse quand quelqu'un lui demandait son domicile. Depuis qu'elle gère le homestay familial, sa vie a radicalement changé : « *Tenir un homestay permet d'avoir un revenu meilleur et régulier, par rapport à bien d'autres métiers : dans l'horticulture ou salarié, le revenu est bien moindre. Dans cette île, certaines mères célibataires trop défavorisées reçoivent les subventions de bienfaiteurs, sinon, elles auraient du mal à subvenir aux besoins de leurs enfants, nourriture, études... Depuis que nous avons plus de moyens, nous voyageons pour nous distraire. Nous allons parfois à Nha Trang, Đà Lat, Vung Tau, Phan Thiêt, Ha Tiên, plus souvent à Sai Gon. Ma fille a aussi son passeport.* »

Elle a aussi pu acheter un terrain et faire construire sa maison grâce aux revenus du homestay et à l'aide de sa famille, ce qui était son plus grand rêve : « *Qu'une mère célibataire possède une telle grande maison est un rêve grandiose. Ça m'a surpris de l'avoir réalisé […] Plus tard, j'aimerais avoir un petit homestay à moi, style familial intime de deux ou quatre chambres et j'assurerais moi-même le service. Pour le faire, il me faudrait trouver un bon terrain bien placé, vers les quais et non loin des routes. Mais ça c'est l'avenir, maintenant je m'occupe des études de ma fille, qu'elle puisse faire tout ce qui l'intéresse* » (RG.14-Mme Oanh).

On peut dire que le homestay sauve non seulement sa vie mais lui permet en plus d'avoir des projets personnels et d'accroître les capabilités de sa fille. Et le développement humain est bien justement le processus qui conduit à l'élargissement des possibilités de chacun (PNUD 1990, p.10).

M. Nguyen, a commencé par travailler comme informaticien à Can Tho après avoir fini ses études (récit en Annexe 16). Mais, après trois ans, malgré un très bon salaire, il décide de rentrer pour s'occuper de la gestion du homestay de ses parents (Ba Linh) : *En gros, depuis que je travaille avec notre homestay, mon revenu reste relatif, mais par contre, je peux économiser plus […] Actuellement, je suis content de ma vie : vivre dans de bonnes conditions, avoir la chance d'échanger avec les touristes dans une langue étrangère et m'entourer d'un bon environnement, frais, confortable. J'ai un travail le jour, je me repose la nuit. C'est tout ! Ça me convient parfaitement ! Dans 10 ans, je continuerai à travailler dans le homestay, mais ce que j'aimerais, c'est de monter un tour opérateur, avec plus de moyens, d'expériences et de diplômes.* » (RG.15-M. Nguyen). Ce cas diffère des précédents dans le sens où, il n'est pas possible d'affirmer que le fait de gérer le homestay a un effet significatif sur lui du point de vue du développement humain, dans le sens où, il n'y a pas obligatoirement un accroissement des possibilités qui se présentent à lui. Bien sûr, il a accru sa qualité de vie (pour un salaire moindre) et il est en contact avec des touristes, chose qu'il apprécie.

Mme Binh est propriétaire avec son mari qui a fondé l'agence de voyages Mekong Travel, de trois homestays (dont le homestay Ut Trinh – récit en Annexe 9). La répartition du travail au sein du couple va à rebours des habitudes culturelles vietnamiennes : « *moi, je suis*

responsable des affaires extérieures dont les tours, les tarifs… lui, il est directeur du tour opérateur, mais il fait aussi les courses tous les jours, fait la cuisine, prend soin de la maison, effectue les projets, suit les constructions…tout ça c'est son domaine. Dans la tradition vietnamienne, la femme s'occupe des tâches ménagères, mais c'est un peu le contraire chez nous. On fait selon nos compétences. Il est très bon cuisinier, et moi, une excellente mangeuse (rire). » (RP.02-Mme Binh).

Mme Binh nous a donné l'impression d'une grande confiance en elle. Elle est écoutée dans les activités de la communauté. Elle était très présente dans les discussions qui ont eu lieu pendant les formations organisées par le Service de la culture, des sports et du tourisme de la province auxquelles nous avons participés en 2016 et 2017. A l'heure présente, elle a non seulement une bonne réputation au Vietnam mais également à l'étranger grâce à l'accueil d'étudiants internationaux ainsi qu'à l'obtention du prix d'ASEAN. Selon (Sen 1992), la bonne réputation passe par la réalisation des fonctionnements d'une personne. Elle et son mari ont réussi à construire des entreprises prospères en relativement peu de temps et cela leur a permis d'envoyer leur fils aîné faire ses études aux États-Unis.

Au niveau local, le homestay Ut Trinh crée des emplois directs comme indirects et des revenus supplémentaires pour de nombreux habitants tels que des cuisiniers, des serveurs, des femmes de ménage, des maçons… « *En incluant le tour opérateur, nous avons en tout plus de 100 employés dont environ 25 dans le service des chambres, cuisines, restaurants, jardinage et maçonnerie pour les 3 homestays, sans compter un groupe de 6 artistes pour le théâtre rénové. En fonction de la performance de chacun, le plus faible revenu mensuel est d'environ 3 millions dongs/personne pour un travail de jour, et plus de 7 millions pour un travail supplémentaire la nuit. En comparaison avec les voisins travaillant dans les autres domaines, éplucher les longanes par exemple, leur salaire mensuel n'est que de 2 à 2,5 millions/personne »* (RP.02-Mme Binh). En particulier, le travail chez homestay peut contribuer au renforcement de la confiance pour des femmes. En outre, le homestay leur permet de sensibiliser à la protection de l'environnement. Mme Binh raconte *« En général, les femmes locales font principalement du ménage, font la cuisine et s'occupent des enfants. Elles n'ont pas l'occasion d'entrer en contact avec le monde extérieur mais les voisines qui travaillent dans mes homestays ont l'occasion d'interagir avec des touristes et d'apprendre des nouveautés. Je peux donner des exemples : elles savent mieux s'habiller, plus proprement, et en termes de communication, elles sont plus confiantes. Elles savent aussi comment mieux s'occuper de leurs enfants. Elles ne parlent plus de manière grossière, elles ne jettent plus partout des ordures. En particulier, je finance chaque année un voyage pour qu'elles puissent entrer en contact avec le monde extérieur. Par rapport à d'autres femmes locales, elles ont plus d'avantages. »* (RP.02-Mme Binh).

Le homestay Ut Trinh est aussi un lieu de représentation de musique traditionnelle et d'échange de la musique. Les apports ne limitent pas à sa famille, à l'île d'An Binh ou la province de Vinh Long, mais s'étendent dans les provinces voisines comme Ben Tre, Tien

Giang, Tra Vinh à travers des projets humanitaires de construction de maisons et de réparation d'écoles dans des zones défavorisées. L'obtention du prix d'ASEAN du homestay Ut Trinh contribue également à la promotion de l'image touristique locale, en particulier des homestays de l'île d'An Binh à l'étranger. En conclusion, à partir des déclarations de Mme Binh, on peut dire que le homestay Ut Trinh présentent des effets économiques, culturels, sociaux et environnementaux pour elle-même, sa famille ainsi que sur la communauté locale.

En termes d'environnement, plusieurs témoignages laisseraient à penser que la venue des touristes participe à changer certaines mauvaises habitudes des propriétaires et/ou du personnel et des voisins, nuisant à l'environnement. Ainsi Mme Dao, propriétaire de homestay témoigne : « *Autrefois, nous jetions toujours les ordures dans la rivière ou dans les arroyos mais depuis l'ouverture du homestay, nous devons garder la propreté dans le verger et autour de notre maison. Nous savons aussi collecter les ordures, puis les enterrer ou les brûler. Les hommes de notre famille jetaient partout les mégots dans la maison ou dans le jardin mais à présent, ils les mettent toujours dans les cendriers. » (*RP.04-Mme Dao).

M. Khoa, gérant de homestay raconte comment il a amené les voisins à arrêter de jeter leurs déchets dans les rivières : « *Autrefois, les gens jetaient des déchets derrière leur maison. En 2009, quand je suis arrivé, tous les canaux étaient pleins de déchets. Alors, je suis allé au jardin pour tout nettoyer, puis j'ai rencontré des amis pour les encourager à faire de même. Ensuite, chaque fois que les voisins jetaient leurs déchets dans les canaux, nous les ramassions tout de suite, ce qui les rendaient honteux. Depuis, j'ai fait une corbeille, et, ayant plus d'argent, j'ai demandé au service de ramasser les déchets et les voisins ont fait la même chose : ils en jetaient dans la corbeille, au lieu d'en jeter dans les canaux. Maintenant, leur conscience s'améliore de plus en plus de manière plus positive. Ce changement vient du développement du tourisme et du homestay »* (RG.13-M. Khoa).

Nous arrivons au moment de conclure à propos de notre troisième hypothèse de recherche, qui de manière optimiste, affirmait que l'existence d'un homestay générait des effets positifs en termes de développement humain sur la vie des entrepreneurs ou des gérants de homestay et de leur famille.

Nos résultats mettent en évidence qu'en termes d'économie, l'exploitation de homestays crée des emplois, des revenus stables pour les entrepreneurs ainsi que pour les gérants de homestay. En effet, cette activité leur permet non seulement d'échapper à la pauvreté mais il permet même à certains de devenir les *« đại gia »* à la compagne tels que M. Nam (le propriétaire de homestay Ngoc Sang), M. Phu (le propriétaire de homestay Phuong Thao), Mme Binh (la propriétaire de homestay Ut Trinh). En outre, cette activité permet à certains entrepreneurs d'élargir leurs opportunités dans différents domaines d'entrepreneuriat comme M. Nghiep (le propriétaire de homestay Tam Ho) dans l'agronomie et dans le commerce, M. Nam (le propriétaire de homestay Ngoc Sang) dans le commerce…

En termes de culture, les homestays permettent aux entrepreneurs et gérants de sensibiliser au maintien des traditions locales telles que les caractéristiques architecturales des anciennes maisons (homestay Ba Linh, homestay Hai Dao, homestay Mékong Riverside) ou l'ambiance intime familiale (chez homestay Ba Linh, homestay Bay Thoi).

En termes de social, les homestays apportent plusieurs occasions pour que les entrepreneurs, les gérants puissent élargir leurs relations sociales dans leur vie à travers des connexions avec le monde extérieur, des rencontres avec les touristes. Ce qui leur permet d'apprendre des nouveautés. Il peut encore contribuer à la promotion du rôle des femmes dans la famille ainsi que dans la société : ainsi, à Vinh Long, sur 32 responsables de homestay (propriétaire ou gérant), 40% sont des femmes et dans l'île d'An Binh, la proportion de femmes est de 43%. Certains ont non seulement échappé à la déconsidération mais sont devenus des personnages appréciés par leur communauté tels que M. Nam (le propriétaire de homestay Ngoc Sang), Mme Oanh (la gérante de homestay Ngoc Phuong). M. Tám Tiền (le propriétaire de homestay Tam Tien) a pu devenir un ambassadeur de la paix.

En ce qui concerne l'environnement, la présence de homestay peut aider les entrepreneurs, les gérants de homestay à sensibiliser à la protection de l'environnement. Ils arrêtent les mauvaises habitudes quotidiennes et prennent des mesures pour protéger l'environnement se traduisant par le maintien des espaces de vie propre, la plantation d'arbres, l'enfouissement des ordures au lieu de les jeter dans les rivières ou les arroyos. En général, ces effets positifs ne se limitent pas au niveau individuel, ils se propagent également chez les familles des entrepreneurs ou des gérants de homestay ainsi que chez les employés travaillant aux homestays.

En effet, l'exploitation d'un homestay a permis à plusieurs familles d'améliorer leur niveau de la vie. Les revenus qui en découlent facilitent également l'éducation des enfants des entrepreneurs. Mais, cela peut aussi causer une rupture dans la relation familiale comme nous l'avons mentionné en fin de section 5.3.2.

En conclusion, l'exploitation d'un homestay permet aux entrepreneurs, aux gérants de homestay ainsi qu'à leur famille d'élargir leurs capabilités, et plus précisément, d'avoir plus de moyens pour une meilleure santé, d'acquérir du savoir et d'avoir accès aux ressources nécessaires pour jouir d'un niveau de vie convenable, ce qui peut leur permettre de vivre plus longtemps. Ici, nous pouvons affirmer que *l'exploitation d'un homestay apporte des effets positifs sur la vie des entrepreneurs ou des gérants de homestays ainsi qu'à leur famille sous le regard du développement humain.*

5.4.2 Effets sur la communauté locale

Selon (Mohamad et al. 2013a, p.16), l'existence de homestays présente potentiellement des effets positifs d'un point de vue économique, socioculturel et environnemental pour la région concernée. Ici, vous voulons examiner les effets positifs comme négatifs de cette présence dans l'île d'Anh Binh en portant notre attention sur la perception des habitants.

En termes économiques, le tableau suivant montre qu'un homestay peut créer en moyenne de 2 à 5 emplois directs en basse saison et même de 10 à 15 emplois pour certains. Ce nombre est plus élevé à la haute saison avec une moyenne de 4 à 9 emplois directs. Certains peuvent même créer entre 20 et 25 emplois directs comme le homestay Phuong Thao et le homestay Ut Trinh (cf. Tableau 33).

Tableau 33 : Le nombre d'emplois dans les homestays de l'île d'An Binh

N°	Nom des homestays	Location	Nombre d'emplois	
			Haute saison	Basse saison
1	Ba Linh	An Thanh, An Binh	6	3
2	Bay Trung	An Thanh, An Binh	4	2
3	Phuong Thao	An Thanh, An Binh	20	10
4	Tam Tien	An Thanh, An Binh	9	3
5	Thao Nghi	An Thanh, An Binh	5	3
6	Ut Thuy	An Thanh, An Binh	9	5
7	Chin Manh	Binh Luong, An Binh	4	2
8	Mékong Riverside	Binh Luong, An Binh	4	2
9	Nam Thanh	Binh Luong, An Binh	6	3
10	Ngoc Phuong	Binh Luong, An Binh	5	3
11	Ngoc Sang	Binh Luong, An Binh	4	2
12	Cai Cuong	Binh Hoa I, Binh Hoa Phuoc	5	3
13	Mai Quoc Nam II	Binh Hoa II, Binh Hoa Phuoc	6	4
14	Muoi Huong	Binh Hoa II, Binh Hoa Phuoc	9	5
15	Mai Quoc Nam I	Phu An I, Binh Hoa Phuoc	4	2
16	Ba Hung	Phu An I, Binh Hoa Phuoc	5	2
17	Tam Ho	Binh Thuan I, Hoa Ninh	7	5
18	Hai Dao	Binh Thuan II, Hoa Ninh	5	3
19	Bay Thoi	Binh Thuan II, Hoa Ninh	8	5
20	Sáu Giáo	Binh Thuan II, Hoa Ninh	…	…
21	Muoi Day	Hoa Loi, Hoa Ninh	4	2
22	Ut Trinh	Hoa Qui, Hoa Ninh	25	15
23	Happy Family	Dong Phu	6	3
	Total		160	87

Relevé par l'auteur lors des entretiens, 2018

Parmi ces employés, les femmes sont généralement affectées aux tâches telles que la cuisine et le nettoyage tandis que les hommes sont plus impliqués dans les travaux de bricolage et de jardinage. L'encadré suivant présente trois témoignages d'employés. Nous constatons que le revenu n'est pas vraiment élevé mais qu'il est plus stable que nombre d'emplois temporaires dans l'île comme peler des longanes ou couper l'herbe dans les vergers. Le salaire joue un rôle important pour l'amélioration de leur vie et celle de leur famille. Elle permet aussi à leurs enfants d'avoir plus d'opportunités éducatives. Il se peut que les femmes sont plus confiantes en l'avenir en gagnant un revenu régulier dans la mesure où elles sont capables de subvenir aux besoins de leur famille, en particulier dans les cas où le mari est au chômage.

Encadré 10 : Témoignages d'employés de homestay

Notre famille a 6 personnes, mes beaux-parents, nos époux, et 2 enfants. Nous n'avons qu'un terrain de 1000 m2 pour cultiver principalement des arbres fruitiers. Mon mari fait tout ce que les autres lui demandent à faire. Depuis 2009, je travaille comme une polyvalente au homestay. Autrefois, le salaire était bas. À partir de 2016, le propriétaire me paie environs 3 millions par mois. Parfois, je peux gagner un peu de plus si j'ai des heures supplémentaires. De nos jours, l'emploi est de moins en moins à la campagne car les gens utilisent de plus en plus de machines. Je ne peux pas travailler très loin, car je dois m'occuper de mes beaux-parents. C'est bien d'avoir un travail comme ici.

Source : Entretien avec EH.11-Mme Huong

Avant notre vie était assez difficile car notre famille possède seulement un petit verger. Depuis 2013, je travaille comme un polyvalent pour le homestay Phuong Thao. Je prépare la table d'hôte, fais le ménage, m'occupe de jardin ou conduis le bateau… Je gagne plus de 5000 000 VND par mois. C'est une grande somme pour nous. Grâce à ce revenu, mes enfants ont plus d'opportunité d'aller étudier dans les bonnes écoles à la ville de Vinh Long et je peux aussi réparer notre maison.

Source : Entretien avec EH.12-M. Huy

Nous sommes une famille de 3 personnes dont un couple et un enfant. Nous n'avons qu'un terrain de 1000 m2 pour cultiver des ramboutans dont le prix varie tous les ans. Parfois, la recette ne nous suffit pas pour vivre correctement. Aussi, nous devons trouver d'autres travaux comme peler des longanes, désherber les vergers, … Nous effectuons tout ce qu'on nous demande de le faire. En 2006, j'avais demandé à travailler dans ce homestay : aide cuisinière et ménage. En 2007, j'ai démissionné pour prendre soin de mon mari malade. En 2008, il allait mieux, j'ai repris mon travail. Le salaire était payé à la fin de la journée de travail. En 2008, à la fin du mois, je gagnais environ 900 mille dongs. Aujourd'hui, en 2016, environ 3 millions par mois, y compris un repas. Lorsque les touristes sont nombreux et que je travaille toute la soirée, je touche un supplément. C'est important pour moi d'avoir ce supplément, tous les mois, j'envoie 2,5 millions dongs à mon enfant pour ses études à l'Université de Dong Thap. Il me reste 500 mille dongs pour les dépenses de la famille : électricité, nourriture, parfois pour des festins. Nous serions en grande difficulté sans mon salaire ici. Pour peler les longanes ou désherber les vergers je gagne environ 150 mille dongs par jour, repas non compris. Pour le désherbage des vergers, c'est en plein soleil et très fatigant. Mais il y a de moins en moins de demande, car les gens utilisent de plus en plus de désherbant. Le travail dans le homestay est nettement plus agréable.

Source : Entretien avec EH.13-Mme Van

En outre, le homestay crée aussi des emplois indirects et des revenus supplémentaires pour des habitants telles que des maçons, des charpentiers, des réparateurs de vélo, des *« xe ôm »*, des conducteurs de bateau, …(cf. Encadré 11).

Encadré 11 : Les emplois liés à la présence des homestays

En général, je répare des vélos à la ville de Vinh Long. Je peux gagner environ 100 000 VND par jours. Depuis des années, je les répare aussi pour le homestay Ut Trinh et Bay Thoi… Je peux gagner plus, 250 000 VND par jour mais je ne le fais que 2 jours par mois. Cette somme améliore un peu le quotidien.

Source : Entretien avec EH.17-M. Tuoi

Autrefois, je faisais n'importe quoi. Puis, je suis devenu conducteur de moto taxi. Depuis quatre ans, je conduis principalement des routards pour le homestay Ngoc Phuong. Si on est gentil, honnête, l'un recommande à l'autre et ils sont contents. En général, je gagne mieux quand je conduis des routards. Le prix est le double du prix local, mais avant de les conduire, je donne souvent le prix (40 000 VND) pour le trajet du pont My Thuan à la ville de Vinh Long (environ 8km). Ce n'est pas cher ! S'ils ne sont pas d'accord. Tant pis ! Je cherche d'autres clients. Les « Tây ba lô » sont intelligents, ils connaissent tout avec leur smartphone. On ne peut pas les tromper. Je gagne 4 000 000-6 000 000 VND par mois et je peux gagner environ 500 000 VND de plus par mois avec les routards. Cette somme nous aide à améliorer un peu la vie, ma femme est actuellement malade.

Source : Entretien avec EH.08-M. Muoi

Je suis conducteur de bateau depuis 2011. Je travaille principalement pour le homestay Ngoc Sang. Le propriétaire me paye 100 000 VND par promenade et il a aussi payé les frais pour les leçons et le permis de conduite de bateau. En échangeant avec des touristes chaque jour, je peux parler un peu anglais.

Source : Entretien avec EH.09-M. Bau

Des artistes traditionnels spécialistes de *« Đờn ca tài tử Nam Bộ »* peuvent être embauchés à « temps plein » par un homestay, ce qui est positif d'un point de vue économique (cf. le témoignage dans l'encadré suivant) mais aussi culturel car, la musique traditionnelle vietnamienne est menacée de disparition. De nombreux types de musique s'effacent de plus en plus dans leur identité car la plupart des jeunes s'intéressent à la musique moderne ainsi qu'à la musique étrangère (Phuong Ha 2012). Bien que l'art du *« Đờn ca tài tử Nam bộ »* fasse partie du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, classé par l'UNESCO en 2013, son public est de moins en moins nombreux. Cependant, certains homestays restent des lieux de représentation de ce type musical, donc, on peut dire que le homestay contribue aussi à la préservation et à la mise en valeur de ce type musical dans l'île d'An Binh.

Encadré 12 : Témoignage d'un artiste de Đờn ca tài tử Nam Bộ

Autrefois, je faisais partie du groupe théâtral de la province Cuu Long, renommée Vinh Long, présentant des spectacles au Nord, au Centre... J'étais scénariste, metteur en scène, y compris vendeur de billets d'entrée. Mais tout ça c'est du passé : les spectateurs ne sont plus aussi nombreux qu'avant. Aujourd'hui, je suis retraité. Je fais ce travail comme un supplément seulement. Ceux qui ont un jardin font le jardinage, d'autres élèvent des poissons, certains sont au chômage. Je suis content d'avoir ce travail. J'ai ce travail depuis 2013. Ma femme est aussi chanteuse ici. Avant, on était un groupe de 5 artistes, depuis 2016, on est 6. La plupart d'entre nous sommes d'origine de cet îlot. Comme j'ai un peu plus d'expérience, je suis nommé responsable du groupe pour les entrainer davantage afin de mieux servir les touristes. En général, notre groupe est présent au homestay de 10h30 à 16h, ou à 18-19h sur demande. En l'absence de touristes, on s'entraine, on règle nos instruments, on se repose…

Une séance de spectacle dure 20 à 30 minutes, avec 5 à 6 numéros et en fonction de la disponibilité des clients. Voici les interprétations : pour commencer, la bienvenue des touristes à Vinh Long, suivies des chansons décrivant le paysage dans le Delta du Mékong, la vie des villageois, puis un soliste en monocorde, et enfin, un extrait de la pièce théâtrale Tô Ánh Nguyêt critiquant la société féodale où les filles étaient obligées d'épouser les fils des familles riches…démontrant ainsi le

mauvais côté d'autrefois par rapport au progrès de nos jours. Les instruments musicaux se composent de : monocorde, luth en forme de lune, viole à deux cordes, et guitare si besoin.

Les touristes apprécient beaucoup nos présentations ; elles leur permettent de faire connaissance avec notre musique, notre style de vie. Parfois, à la fin du spectacle, ils restent prendre un thé et échangent avec nous. Une fois, un chef d'orchestre australien a participé en dirigeant la chorale pour la chanson populaire « Trông Com ». J'en fus abasourdi : plus de vingt chanteurs avec trois voix en parfaite harmonie vocale. Je constatais qu'ils s'intéressaient vraiment à la culture vietnamienne. Ils avaient si bien appris ce qui nous appartient. Alors pourquoi nous, on ne pourrait pas faire pareil. J'avoue qu'ils ont un niveau intellectuel impressionnant. Un groupe hollandais nous avait présenté leurs chansons populaires, une présentation fantastique. Ils chantaient avec tout un art qui nous faisait défaut quand nous chantions. A travers ces échanges, nous apprenons leur point de vue, leur mode de vie, leur pays. D'après moi, la culture, les activités artistiques jouent un rôle primordial dans la vie de chaque pays, chaque peuple, chaque région.

En travaillant ici, je me sens heureux et enthousiaste, et j'adore aussi mon travail. Quand on aime son travail, la vie prend un sens. On cherche à accomplir sa tâche avec assiduité pour rendre la vie plus belle. On pourrait dire que je suis assez content à mon âge. Ici, on est payé à la journée : 120 000 dongs, avec 4 jours de congé par mois. On touche une prime en faisant des heures supplémentaires. Je déjeune ici. Avec nos deux salaires ici, celui de ma femme et moi, on arrive à épargner un peu après avoir dépensé pour nos besoins mensuels et les frais d'étude de nos deux fils, l'ainé étudiant au Conservatoire de musique, le cadet lycéen en terminal. Avec nos économies, on a réussi à acheter un nouveau scooter. Nous profitons aussi des vacances d'été à Phú Quôc, Vung Tàu tous les ans. Sur cette île, il y a d'autres groupes d'artistes mais ils n'ont pas un salaire mensuel. Ils touchent les pourboires des clients et un dédommagement de frais d'essence pour chacune de leurs présentations. Tant qu'on est encore en bonne santé, on continue notre travail ici. Autrement, on arrêtera.

Source : Entretien avec EH.10-M. Diem

En termes sociaux, le homestay peut être un lieu idéal pour que les locaux apprennent les langues étrangères. Mme Oanh raconte comment c'est un séjour dans son homestay qui semble avoir permis à la fille d'une amie de réussir un concours d'anglais. Mlle Tran, collégienne témoigne : « *Je suis venue afin d'apprendre anglais. Ici, j'ai plus d'occasion de pratiquer l'anglais avec des touristes étrangers. Je les accompagne parfois au marché flottant. En échangeant avec des touristes étrangers, j'apprends des choses comme la ponctualité, la politesse, la douceur, Ils me donnent parfois des pourboires (rires). J'aide aussi la famille à préparer des plats et les sert aux touristes. Et le propriétaire me donne un peu d'argent. J'aime le homestay. Je ne sais pas mais je peux lancer mon homestay un jour (rire). »* (EH.19-Mlle Tran)

Le homestay est aussi un lieu permettant à des étudiants étrangers d'apprendre la vie locale comme c'est le cas du homestay Ut Trinh qui a l'habitude d'accueillir des étudiants en séjour de volontariat (cf. Annexe 9).

Au plan environnemental, la présence des homestays contribue également à un changement de conscience environnementale des employés et des voisins des homestays. Les témoignages évoqués dans la section précédente comme celui de Mme Van en sont d'excellents exemples :

« Je travaille dans un environnement propre et frais. En plus, j'apprends à ne pas gaspiller l'électricité et la consommation d'eau, ne pas jeter les déchets partout…Je préfère continuer à travailler ici pour aider mon enfant à finir ses études universitaires » (EH.13-Mme Van). Il est vrai que même si un effet d'imitation de la part des habitants est possible grâce aux contacts avec des touristes, et que cela peut mener à une modification de mauvaises habitudes quotidiennes, cela semble principalement concerner l'attention aux déchets : *« Une fois, un Occidental mangeait un bonbon, il tenait le papier dans sa main et tournait en rond comme pour chercher quelque chose. Nous, on le regardait, surpris. Après, le guide nous expliqua : il cherchait la poubelle alors qu'on l'avait enlevée pour la nettoyer. Vous voyez ? Les Occidentaux sont soigneux et propres, très différents de nous. »* (EH.20-M. Cang).

Par ailleurs, le homestay peut motiver le développement touristique de l'île d'An Binh. Le plus souvent, les touristes ne restent pas en permanence sur leur lieu d'hébergement, mais partent visiter l'île la journée, en particulier les groupes de touristes étrangers. En organisant des visites, les compagnies touristiques ont besoin de guides locaux, de conducteurs de bateau, de rameurs de sampan. En outre, pour répondre à ce besoin d'animation et de visite des touristes, des fabriques de bonbons et de galettes de riz ou de petites boutiques des souvenirs se créent. Ces activités permettent à des habitants de gagner leur vie (cf. Encadré 13).

Encadré 13 : Des emplois liés à la présence des touristes

Ma ville natale est My Tho. Autrefois, j'apprenais le français au collège, suivant la voie de mon père qui lui, avait également appris le français. Puis, ayant réussi mon concours, j'ai continué mes études à l'Université de Cân Tho, en pédagogie. Mon diplôme en poche, j'ai cherché un poste d'enseignante à Tien Giang où malheureusement, les cours de français furent arrêtés. Embarrassée…je tombai par chance sur un homme qui m'a demandé si le secteur du tourisme m'intéresserait…Disponible, pourquoi pas, j'ai accepté de faire un essai et j'ai trouvé le travail intéressant, alors, j'ai passé une formation de guide touristique pour obtenir un certificat. Condition sinon que none pour devenir officiellement guide touristique. En 2009, je débutai à Mékong, signai mon premier contrat en 2010.

Maintenant, je me rends compte que mon choix était justifié. Les conditions de travail sont agréables. Je pars au travail le matin et rentre chez moi le soir, ou bien je guide un groupe une journée entière, ou sur deux jours et une nuit. Etant guide, Je vois plusieurs types de touristes avec l'occasion de les rencontrer. Si j'avais été enseignante mon niveau de français n'aurait pas évolué. Alors que dans le tourisme, je dois continuer à apprendre pour pouvoir répondre aux questions des clients. Je me débrouille pour chercher moi-même les réponses, inconsciemment, mes connaissances s'améliorent jour après jour, développant ainsi ma capacité de conversation. …Autrefois, j'avais peur chaque fois que je rencontrais des touristes…Vous le savez bien, l'enseignement des langues étrangères négligeait la partie pratique, les discussions, dialogues, pour se concentrer sur la grammaire, la syntaxe...Mais aujourd'hui, je suis heureuse d'entendre parler les touristes étrangers.

Je ne suis pas trop occupée, le nombre de touristes français dépend de la saison, surtout d'octobre à avril. Je gagne 4 millions par mois en saison basse, 10 en saison haute. Généralement, je guide les touristes dans les visites de l'île An Binh et à loger dans les homestay. Parfois je touche un supplément pour les tours plus éloignés : Can Tho, Sai Gon, mais je n'aime pas trop (rire). J'aime la tranquillité, loin du bruit. J'ai des amis qui travaillent à Saïgon…avec plus de stress. Ils gagnent plus

mais en contrepartie, le prix à payer reste non négligeable : sans logement propre, un travail instable lié aux différentes agences de voyage : presque sans salaire quand il y a peu de touristes, en mai, juin, juillet.

Source : Entretien avec EH.14-Mme Hanh

J'ai un jardin fruitier de 1000m^2, et parfois je ne suis pas trop occupé. Je participe à la conduite de bacs pour la visite des touristes dans les arroyos depuis 2010. Mon salaire dépend du nombre de touristes chaque mois, c'est en moyenne 1 million de dongs par mois ou plus, grâce à leurs pourboires. Je suis heureux de travailler dans ce domaine, cela m'aide à gagner de l'argent pour les enfants ou du riz. Malgré une longue période de travail, je ne connais que les mots simples comme Hello, Thank you, Bye, Bonjour, Merci…

Source : Entretien avec EH.16-Mme Dung

Je suis à la retraite mais depuis que mes filles ont ouvert cette fabrique, je viens travailler ici comme la responsable de la fabrique pour elles. À côté de ma retraite, je peux gagner une belle somme. Cette fabrique contribue au développement des métiers : fabrique de bonbons et de galettes de riz. Elle a aussi créé 22 emplois permanents pour des salaires de 2 à 3,5 millions VND par mois. Je veux bien que le tourisme se développe plus pour qu'il puisse créer plus d'emplois pour les habitants.

Source : Entretien avec EH.18-Mme Tan

Si le tourisme ne s'était pas développé dans cette île, je ne ferais que tournicoter dans le jardin ou je ne ferais rien car je suis âgée. Je ne peux plus travailler au verger. Depuis que les touristes viennent ici, je vends des souvenirs et gagne environ 100 000 VND par jour. Ce n'est pas vraiment une grande somme mais je peux améliorer ma vie. Avant le homestay de M. Sáu Giáo marchait bien, je gagnais mieux. J'ai également l'occasion de rencontrer les touristes. C'est intéressant à mon âge !

Source : Entretien avec EH.23-Mme Moi

De plus, le développement du tourisme crée encore un pont dans les activités socio-culturelles entre des habitants et des touristes. Le responsable de la compagnie touristique Cuu Long témoigne dans l'encadré ci-dessous.

Encadré 14 : Les habitants apprécient la présence des touristes et leur rendent service

Histoire n°1 : *Objectivement, l'arrivée des touristes intéresse les habitants. En voyant les Occidentaux, ils les saluent « hello », l'occasion pour eux de démontrer leur enthousiasme. Au moindre pépin des touristes, ils sont toujours prêts à les aider, trait caractéristique des gens d'ici. Par exemple : Les touristes s'égarent, ils les aident à retrouver leur chemin ; leur scooter tombe en panne, ils les emmènent vers un réparateur. Il est certain qu'il y a des bons et des mauvais, mais heureusement, les bons l'emportent dans cette île. Les habitants dans le Delta du Mékong sont toujours prêts à venir en aide. Seul obstacle, la langue. Mais le niveau de communication culturelle reste élevé. Les enfants là-bas connaissent déjà un appareil photo, les touristes l'utilisent, le présentent avec explications aux habitants. Même les vieillards nigauds savent appuyer sur le bouton pour prendre des photos : vive le développement technologique et les échanges culturels.*

Histoire n°2 : *Un jour, je guidai 2 touristes suisses. Ma recommandation : n'essayez pas de monter sur un pont trop haut en vélo, mais traversez-le à pied, vélo en main. Ignorant mes paroles, ils continuaient à foncer sur leur vélo. Tout d'un coup, un grand bruit : boum ! Ils tombent dans l'eau. Je vis la femme en train d'essayer de chercher quelque chose : mes lunettes, elle me dit. Je lorgnais l'eau pour trouver quelque chose de rouge, paniqué ! D'abord ses lunettes, puis ses chaussures !*

Elle était toute boueuse une fois sortie du fleuve. Une dame à proximité l'a prise par la main pour l'emmener chez elle, et l'arroser d'un tuyau d'eau pour lui enlever ses saletés, lui a prêté ensuite une serviette neuve pour s'essuyer. Une habitante typique du Delta du Mékong !

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

Le tourisme promeut l'égalité des sexes, en particulier chez les guides touristiques. M. Nam témoigne : *« La plupart des campagnardes s'occupent du ménage. Elles cuisinent, entretiennent leur foyer, font la lessive. Les hommes restent encore chefs de famille, autoritaires. Ils travaillent principalement au verger. La jeune génération change progressivement. Ils se partagent les tâches. Je suis guide touristique. Les touristes occidentaux m'ont souvent raconté : « Une répartition des tâches. Quand la femme rentre tard du travail, le mari prépare normalement la cuisine. La femme ne fait pas tout elle-même ». Pas vrai ? La société se développe, l'humain progresse. J'ai commencé cela chez moi. C'est normal ! Je fais le ménage, la cuisine, la vaisselle. Je garde nos enfants quand je suis disponible. Sinon, c'est ma femme qui s'en occupe (rire). Autrefois, nos pères, nos oncles ne le faisaient pas. Leurs épouses s'occupaient de tout. Mon père ne faisait rien. Les Occidentaux aiment leurs femmes, partagent tout avec elles. On devrait les imiter. »* (EH.15-M. Nam).

Cependant, le tourisme en général, les homestays en particulier présentent également des effets négatifs. En effet, le développement des homestays a pour effet une augmentation du prix du terrain à certains endroits de l'île d'An Binh, en particulier, les terrains les mieux placés d'un point de vue touristique. Cet effet inflationiste cause des difficultés pour la communauté locale : « *en général, le prix du terrain augmente tous les jours. Mais si le vendeur est au courant que nous l'achetons pour ouvrir un homestay, il pourrait augmenter davantage le prix. Cela génère des difficultés pour les voisins qui ont besoin de faire construire leurs maisons. Un exemple : en 2012, j'ai payé 170 millions pour 1000 m^2, mais en 2017, cela coûte 400 ou 500 millions »* (RP.08-M. Phu). On voit aussi que le homestay provoque certains conflits dans l'île d'An Binh. Par exemple, le conflit déjà évoqué prédemment entre l'agence de voyage et les propriétaires de homestays (cf. Encadré 6), ou la révolte de 2007 *« công xã Paris »* (cf. 5.2.3).

En outre, certains habitants spéculent sur la niaiserie des touristes en faisant payer un prix sans commune mesure avec le prix local. La malhonnêteté peut faire du mal à la tradition hospitalière. M. Chuc, responsable de la compagnie touristique raconte une anecdote qui symbolise pour lui, une mobilisation positive de la communauté, quand un restaurateur a vendu des soupes pho en faisant payer 5 fois le prix habituel à 4 touristes allemands et suisse et les a menacés avec son couteau de boucher au moment où ceux-ci ont protesté. Trois touristes sont allés se plaindre auprès du chef du département du Tourisme, puis sont retournés chez le restaurateur : « *Deux hommes retournèrent au restaurant « pho » avec leur appareil photo, réclamant de nouveau leur monnaie. Le propriétaire les menaçait encore avec son grand couteau. Ils prirent des photos puis s'enfuirent. Ils se rendirent au commissariat de la commune. Conscients que leur première déposition était sans preuve, ils avaient tendu un piège au chef du restaurant. A cet instant, les responsables du département arrivèrent. […] Je*

demandai à la femme du restaurateur pourquoi elle avait vendu un « pho » à 100 000 dong ? Le prix normal était 20 000. Ici, elle avait demandé 100 000 pour un « pho », et 50 000 pour un Pepsi (au lieu de 10 000). Il était évident qu'ils avaient exigé qu'on leur rende l'argent : « Pourquoi votre mari les avait menacés avec un couteau ? » Par la suite, les autres services, sanitaires, administratifs, passèrent au restaurant pour faire des contrôles divers sur leur installation : sécurité alimentaire, permis de commerce... Ces propriétaires avaient subi une bonne raclée. Voilà, un exemple d'interaction positive sur la communauté. Inversement, interaction culturelle d'une partie de la communauté envers les touristes aussi » (EC.07-M. Chuc).

Le tourisme agite également le silence au sein de la pagode locale. En effet, un moine a voulu lui aussi profiter de la présence des touristes tourisme sous la forme de frais de visite de la pagode par les touristes, alors même que c'est contraire au point de vue bouddhiste selon lequel l'argent n'est que temporaire (*« tiền tài là phù du »*). Cette demande peut provoquer non seulement la difficulté chez touristes mais encore faire du mal à l'hospitalité de destination (cf. Encadré 15).

Encadré 15 : Le bonze qui voulait profiter du tourisme

Désormais, les touristes font leur visite dans les pagodes, participent à certaines fêtes traditionnelles locales, les anniversaires de la mort. Ils sont accueillis avec enthousiasme par les habitants. Sauf la pagode Thiên Châu dont le nouveau maître vient d'arriver. Il exige des frais de visite.

Pour quelle raison réclamait-il un ticket d'entrée ? D'après lui, les touristes doivent payer très cher à l'agence de voyage qui ne reverse qu'une minime partie à sa pagode. Monsieur le bonze, pourquoi ne pas concentrez à la vie spirituelle au lieu de lorgner sur le côté économique ? Je lui dis : « La pagode est construite par les habitants au profit des moines et bouddhistes. Vous semblez ignorer que tous les guides ont laissé un billet à chaque visite de leur groupe.

Désormais, il faudrait peut-être vous remettre directement l'argent ? Ils en ont glissé dans la boite de contribution, mais vous ne le saviez pas encore. Il rétorqua : « La contribution est différente de la visite ». Fâcheux, nous lui demandons de préparer un contrat. Mais de quel droit signerait-il un contrat ? Ce bonze s'appelle Đạt.

Ses exigences rendent la situation délicate. Vous savez, on demande seulement 5 mille dongs par personne pour la visite, pour éviter une répercussion sur les frais globaux. Les touristes font un tour dans la pagode avant de sortir, pas grand-chose à visiter. 5000 dong par personne pour que le guide laisse après le billet dans la boite de contribution. Maintenant, le bonze réclame 40 mille dongs par personne, pas évident pour faire la concurrence avec ce tarif exorbitant ! J'ai passé l'info à M. Triêt, responsable du tourisme de homestay, qui a essayé de raisonner le bonze, en vain. Finalement, il nous a conseillé de ne plus faire visiter cette pagode aux touristes.

Source : Entretien avec EC.07-M. Chuc

A l'opposé, certains touristes ne comprennent pas la culture locale ou ont de mauvaises intentions, et agissent en heurtant la fierté nationale générant des réactions d'incompréhension et de rejet de la part des habitants. Ces actions peuvent affecter

négativement la relation entre les touristes et la communauté locale. A ce propos, M. Chuc raconte une anecdote (cf. Encadré 24).

Encadré 16 :

Deux touristes en homestay, une Vietnamienne d'Australie et un Australien se rendent au marché local. L'Australien avait un très bon appareil photo de marque Canon. Il embaucha une vieillarde déguisée en mendiante. Coiffée d'un chapeau conique, munie d'un bâton et d'un récipient, elle devait faire la manche au marché pour qu'il la prenne en photos. Impensable ! Les gens au marché appelèrent sans attendre le commissariat. C'est le côté formidable de notre peuple, de notre communauté locale : il ne faut pas négliger leur sensibilité, leur patriotisme. La police arrêta ce couple, mais pas la vieillarde. […]

Une fois l'Australien isolé, je commençai mon rôle d'interprète : « Qu'aviez-vous en tête d'avoir embauché cette vieille dame déguisée en mendiante pour tourner un film ? La vie quotidienne de notre région n'est pas une scène de cinéma. Qu'aviez-vous l'intention de faire exactement ? Les gens au marché n'ont pas osé vous toucher, mais moi je n'aurais pas hésité une seconde à vous donner une bonne leçon si j'avais été au marché ce matin. Comment évaluez-vous mon peuple, mon pays ? Je n'aborde pas encore la vie politique. Rendez-vous compte que vous nous avez blessés ? » Voyant la colère du policier, l'Australien chercha une sortie : « Je vais effacer le tournage de ce matin ». « Montrez-moi la carte de ce tournage ». Il sortit toutes ses cartes : des scènes à Hong Kong, en Chine, du Nord au Sud… » « Quelle est celle de ce matin ? » « Celle-ci ». Il l'effaça. Vérification. Il l'avait fait. […]

Vous voyez, il y a des zones d'ombre dans les homestay. Mais avec le concours des habitants, on arrivera à les exposer en pleine lumière. Vous ouvrez un homestay, vous travaillez avec les habitants. Vous réussissez ou pas votre affaire, c'est en partie grâce aux autochtones. Je viens de vous démontrer le rôle primordial des locaux. Maintenant, on ne va pas aborder la sécurité nationale ni la politique, mais les us et coutumes. Qui avait installé cette grande institution ? Les habitants, et non pas les hôtes de homestay. Que vous soyez pâtissier, cuisinier ou quel que soit votre métier…vous ne pourriez pas être meilleur que les locaux. Alors, quelle que soit la quantité de homestays que vous disposez, vous ne pourriez jamais atteindre le sommet de vos affaires si vous vous éloigniez de l'intérêt des locaux. Et si vous développez au maximum notre culture, nos traditions, à travers vos homestay, vous profiterez de l'intérêt des touristes. Je profite encore une fois pour insister sur le rôle essentiel de la communauté locale.

EC.07-M. Chuc

A partir de ces différents témoignages, concluons à propos de notre quatrième hypothèse affirmait que ***la présence des homestay a des effets pour les habitants de cette île en termesde développement humain (économie, social, culturel et environnemental)***.

Les résultats plus haut démontrent que le développement des homestays dans l'île a différents effets positifs pour des habitants de l'île d'An Binh. En termes d'économie, le homestay crée des emplois, des revenus directs comme indirects pour des habitants. Bien que le revenu reste modeste, il est plus élevé et plus stable que celui des métiers informels de l'île d'An Binh. Ce revenu permet à plusieurs familles d'améliorer le niveau de vie.

En termes de culture, le homestay constitue un lieu de d'échange culturel via la représentation de *« Đờn ca tài tử Nam Bộ ».* Ainsi, il peut contribuer à la conservation et à la mise en valeur de ce type musical. En outre, il peut aussi contribuer à la conservation des caractéristiques des maisons traditionnelles dans l'île d'An Binh.

Au niveau social, d'une part, le homestay est un environnement idéal où les habitants peuvent apprendre la langue étrangère et d'autre part, c'est aussi un lieu où les touristes étrangers peuvent mieux découvrir la vie de la communauté locale. Et les homestays permettent à plusieurs familles de pouvoir financer les études de leurs enfants. La présence de homestays facilite aussi la diffusion du principe d'égalité des sexes à travers l'observation des touristes ou les rencontres avec les touristes occidentaux.

Au niveau environnemental, la présence des touristes a non seulement un effet de sensibilisation mais suscite aussi des actions de protection de l'environnement par les habitants comme une moindre consommation d'eau, d'électricité ou par la collecte des ordures pour les enterrer ou les brûler.

Par ailleurs, la présence des touristes en homestay anime l'île d'An Binh en induisant des activités comme les fabriques de bonbons ou de galettes de riz soufflé caramélisé. Cette présence permet non seulement à des habitants de montrer leur hospitalité et leur gentillesse mais aussi de diffuser l'image paisible de l'île d'An Binh à l'étranger. Les homestays contribuent également à la structuration du tissu économique local ainsi qu'au programme national de nouvelle ruralité dans l'île An Binh, reconnus par les autorités locales. Les apports indirects peuvent se diffuser jusque dans certaines provinces du delta du Mékong. Au niveau international, le homestay constitue un pont pour la compréhension et la réconciliation entre les nations.

M. Hung, responsable de X de la province dresse un bilan selon lui des avantages qui découlent de la présence des homestays dans l'île d'An Binh : *« les homestays de l'île An Binh se sont bien développés dans les années 2000. Selon la résolution N^0 01-NQ/TU de la province de Vinh Long, le tourisme est considéré comme une branche économique de pointe. Le district de Long Hô envisage aussi le tourisme comme de l'économie de pointe dans 4 communes de l'île. L'existence de homestays influence effectivement plusieurs aspects de la vie des habitants de la commune.*

Le plus frappant concerne la vie économique des familles : augmentation du revenu, diminution du chômage, avec des effets d'entraînement dans d'autres domaines. Un exemple : le revenu des familles travaillant dans un homestay dépasse d'environ 50% celui des autres. En 2016, le revenu moyen est d'environ 30 millions par personne, celui des familles « homestay » est de 45 millions. Le nombre de 45 millions/personne/an est l'objectif à viser dans toute la commune afin de devenir une commune rurale moderne. Ou l'exploitation d'un are (1000 m2) du jardin des ramboutans rapporte en moyenne 7 millions par mois à la saison des fruits, mais en collaboration avec les homestays, le gain pourrait passer à 20-30 millions par mois. Le tourisme-homestay contribue aussi à développer l'élevage : volaille, cochons, poissons…Selon

les statistiques de la province, la commune d'An Binh a environ 80 bateaux pour transporter les touristes, ce qui représente 80% des bateaux touristiques de la province, créant du travail pour 160 salariés sur ces bateaux. En général, le tourisme a contribué à l'évolution de la structure économique de la commune. En effet, avant 1992, dans la commune : les seules activités, c'était la culture alternative du riz et les vergers. A partir de 1992, il n'y avait plus que la culture des vergers et actuellement, on assiste à un développement en parallèle du tourisme et des vergers.

Sur l'environnement, en général, le homestay a fait prendre conscience aux familles propriétaires de homestays quelle était la bonne direction, influençant également le comportement des habitants aux alentours. La commune d'An Bình dispose aussi d'un Théâtre Rénové pour servir les touristes, contribuant à préserver la culture locale. Selon le projet planifié de la province, An Binh deviendrait un centre de tourisme écologique munis de vergers et d'un centre de médiation sur environ 20 hectares, regroupant 15-20 familles travaillant dans le tourisme, avec la construction du centre de médiation Vạn Chuông. » (EA.02-M. Hung).

Enfin, le développement du homestay provoque également certains conflits entre les entrepreneurs de homestay, l'augmentation de prix du terrain à certains endroits. En outre, les avantages économiques du développement du homestay pourraient causer indirectement l'ambition de certains habitants…

En nous basant sur ces témoignages, nous pouvons affirmer que *la présence des homestays a des effets positifs comme négatifs pour les habitants de l'île d'An Binh en termes d'économie, de social, de culture et d'environnement. Cependant, les effets positifs sont dominants.* Selon l'approche par les capabilités, nous pouvons dire que la présence de homestays apporte des effets positifs au développement humain de la communauté locale de l'île d'An Binh.

Pour conclure cette partie sur les résultats, rappelons que nous avons pu voir que la décision d'investir ou pas dans un homestay peut résulter de plusieurs facteurs, sociaux ou personnels, évoqués par nos interlocuteurs lors des entretiens. Un minimum de connaissance du secteur du tourisme, par exemple à travres la fréquentation de touristes, apparaît comme un facteur explicatif fort de la décision d'investir dans un homestay. Mais semblent aussi jouer, soit à travers des effets cumulés ou se compensant les uns les autres, les facteurs comme le milieu social d'appartenance, le patrimoine immobilier et le niveau d'éducation.

Ensuite, nous nous sommes intéressés aux facteurs de réussite de l'exploitation d'un homestay qui peuvent être des facteurs sociaux (l'évolution du contexte politique et socio-économique, les goûts des touristes en termes de caractéristiques de homestay), des facteurs environnementaux (la localisation géographique) ou des facteurs personnels comme la personnalité, les compétences de l'entrepreneur ou du gérant. Mais le facteur le plus important selon nous est le couple attention-agencéité de l'entrepreneur ou du gérant de homestay.

Nous avons pu voir également dans cette partie que la réussite de l'exploitation d'un homestay génère des effets positifs sur la vie des entrepreneurs ou des gérants de homestays et de leur famille ainsi que sur celle des habitants dans une perspective multidimensionnelle de développement humain. Mais un homestay peut aussi causer des conflits entre les entrepreneurs de homestay et avoir un effet inflationniste sur le prix du terrain à certains endroits. En outre, les avantages économiques potentiels liés à la présence des touristes peuvent pousser certains habitants à des comportements indélicats.

A savoir ce qui peut rendre le développement du tourisme homestay de l'île d'An Binh plus pertinent ainsi que renfoncer les capabilités des habitants, nous nous préoccupons des recommandations suivantes.

6 Recommandations pour le développement du tourisme homestay

6.1 Le tourisme homestay, une perspective d'avenir

De nos jours, le nombre de touristes pratiquant le tourisme rural a tendance à augmenter. Ces touristes recherchent une forme de tourisme responsable ou écologique. Dans le même temps, ils se tournent vers certains endroits offrant des expériences uniques et spécifiques, et par conséquent l'authenticité du style de vie est primordiale (Sasu et Epuran 2016, p.119). Le tourisme homestay est un type de tourisme qui peut répondre aux besoins de ces touristes car il est étroitement lié à la nature, à la culture, aux coutumes locales et aux traditions. Il attire les touristes qui prennent plaisir à rester avec la communauté locale pour acquérir des expériences culturelles différentes (Wijesundara et Gnanapala 2016, p.91).

Le tourisme homestay est une tendance présente dans le monde entier (Viet Hung 2018). Il joue un rôle important pour le tourisme de certains pays comme la Chine, la Malaisie, la Thaïlande (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015), l'Inde (Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016) et le Népal (Acharya et Halpenny 2013) etc. Il est considéré comme l'une des niches touristiques en Malaisie depuis le septième plan de la Malaisie (1996 - 2000) (Economic Planning Unit 1996, p.521). Selon Monsieur Taleb Rifai[34], le tourisme homestay est un tourisme d'avenir car il créera un grand nombre d'emplois pour les jeunes hommes et femmes vivant en zones rurales. Ils n'auront plus à quitter leur pays natal pour chercher un emploi, ce qui apporte une source de revenus importante pour chaque localité. C'est aussi le souhait de beaucoup de gens et de pays du monde entier (Thu Huyen et Thu Ha 2012).

Ce type de tourisme attire beaucoup l'attention au Vietnam ces dernières années. Le Vietnam compte aussi de nombreuses localités propices au développement du tourisme homestay. L'Organisation Mondiale du Tourisme a élaboré des plans spécifiques visant à aider le pays à développer le tourisme homestay afin d'exploiter et de maximiser les avantages touristiques liés aux conditions naturelles (Thu Huyen et Thu Ha 2012). Le jeune touriste vietnamien préfère choisir le homestay pour explorer le pays (Linh Phuong et Mai Chau 2017). Il apporte de plus en plus des contributions signifiantes sur le marché de l'hébergement au Vietnam (Viet Hung 2018).

Dans le delta du Mékong, le tourisme homestay est considéré comme un produit touristique principal (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2010). En effet, il s'étend largement dans ce delta, surtout à Vinh Long, Ben Tre, Tien Giang, etc. Rappelons que la province de Vinh Long a établi que : *« le tourisme homestay est le produit touristique vital de la province »* (Bureau politique du parti de la province de Vinh Long 2015). Il attire actuellement la plupart des touristes étrangers à Vinh Long (Ngoc Trang 2016; Minh Triet 2015). De nombreux acteurs interrogés comme le directeur du département du tourisme de la province, un formateur en tourisme, ou des propriétaires de homestays reconnaissent que

[34] L'ancien secrétaire général de l'Organisation Mondiale du Tourisme.

le tourisme homestay constitue une forme de tourisme prometteuse pour la province de Vinh Long.

6.2 Recommandations pour un développement pertinent du tourisme homestay

6.2.1 Diversité des activités touristiques

Aujourd'hui, les activités touristiques dans les homestays dans l'île d'An Binh sont mieux organisées qu'auparavant. Cependant, il semble qu'elles sont toutes identiques dans la plupart des homestays que nous avons étudiés plus haut (cf. 4.4.4). Par exemple, le soir, ne sont proposés que des cours de cuisine.

Selon nous, les propriétaires des homestays peuvent proposer une grande variété d'activités touristiques de jour pour les touristes, à l'exemple de la culture de légumes dans le jardin. C'est possible parce que c'est le métier traditionnel de l'île, et parce que la plupart des homestays possèdent de grands jardins faits de terres fertiles avec des ressources en eau abondantes. A long terme, ils pourraient récolter des légumes du jardin pour préparer des plats servis ensuite aux touristes. En outre, les propriétaires des homestays pourraient aussi emmener des touristes quand ils vont faire leurs courses au marché local. Ensuite, les touristes pourraient préparer leurs plats avec des aliments qu'ils y ont acheté. En fait, le marché campagnard n'est pas seulement un lieu d'achat et de vente de biens, cela reste une institution culturelle importante. Parallèlement à la vie matérielle, le marché est aussi une tradition et une croyance. C'est également un lieu où les habitants se rencontrent et communiquent entre eux. Le marché est parfois un lieu où se déroulent des activités culturelles et artistiques. Pour le peuple de *« miền Tây »*, le marché est la culture (T. H. Nguyen 2011, p.114). Ainsi, les touristes pourraient mieux intégrer la culture locale en participant à des activités quotidiennes au marché local.

Par ailleurs, l'île d'An Binh possède un réseau entrelacé de rivières et d'arroyos ainsi qu'une tradition de pratique de la pêche qui n'est pas vraiment utilisée pour proposer des activités aux touristes. Nous recommandons aux propriétaires de homestays d'ajouter des activités nocturnes telles que la pêche, le placement de filets de pêche, de casiers de pêche. Le butin pourrait ensuite être utilisé pour le petit barbecue du soir ou pour les repas du lendemain. Ces activités peuvent présenter un double intérêt : premièrement, elles diversifient les activités touristiques pour attirer les touristes ; deuxièmement, elles permettent aux touristes de vivre des expériences propres à la localité.

6.2.2 Préserver l'authenticité

Les touristes veulent non seulement expérimenter quelque chose de nouveau ou de différent mais aussi vivre des expériences authentiques. Ils peuvent croire qu'ils vont dans cette direction, mais il est souvent très difficile de dire avec certitude si ce qui semble constituer pour le touriste, une entrée dans « les coulisses » n'est pas en réalité une entrée dans des « coulisses » mises en scène pour la visite touristique (MacCannell 1973, p.597). Les observations formulées par MacCannell il y a presque 50 ans, restent d'une pertinence toute

actuelle à propos des homestays de l'île d'An Binh. Si l'on peut dire qu'une part de mise en scène est inévitable car il faut bien organiser et préparer l'accueil des touristes celle-ci sera plus ou moins élaborée selon les homestays. Cette organisation préalable à l'arrivée des touristes est d'autant plus nécessaire que la très grande majorité des propriétaires ou des gérants ne vivent plus sur place même si cela a pu être le cas au départ de leur activité d'hébergement. Les homestays dont le sens est, rappelons-le, « séjour chez l'habitant », ne sont donc désormais plus des batiments sans habitants autre que des touristes.

C'est sans doute dans les homestays qui sont exploités par des agences de voyage locales que la mise en scène de l'authenticité est la plus criante. Cette pratique est détaillée par un responsable de la compagnie touristique locale : « *Tout d'abord, en termes d'architecture traditionnelle, les maisons sont construites en briques rustiques. Certains propriétaires achètent maintenant des briques neuves mais transforment leur apparence pour leur donner l'air d'être anciennes. Donc, l'architecture de certains homestays est mi-figue mi-raisin. Après avoir construit les homestays, ils construisent des autels, mais aux homestays de Phuong Thao, Ut Thuy, Ut Trinh, le culte des ancêtres n'est qu'une apparence. Un autel sans fleur, sans fruit, sans encens, n'en est pas vraiment un. Pour les gens du Delta « miền Tây », le culte doit être pratiqué quotidiennement. L'autel est une institution culturelle de la spiritualité. Un autel sans soin aura pour conséquence une famille en plein déclin. Aucun membre de la famille ne vit en permanence dans les homestay, qui pourrait prendre soin des autels ? Ensuite, malgré l'absence de contact régulier avec les propriétaires ou les membres de leur famille, les touristes se rendent facilement compte à qui ils ont affaire, rien qu'en observant leurs manières de cuisiner ou de communiquer. Certains homestays sont exploités par des agences de voyage locales. Sur place, les employés ne sont pas naturels dans leur communication, ce qui n'échappe pas à l'œil des touristes. »* (EC.07-M. Chuc).

En outre, nous observons que la plupart des homestays sont pris dans une course à la modernisation, non seulement au niveau architectural, mais aussi pour ce qui est des équipements. Le principal problème est que cela se fait souvent au détriment de la communication et de l'échange avec les touristes. Un guide touristique témoigne : « *De nos jours, les homestays, construits de plus en plus en béton armé, commencent à être équipés de climatiseurs, ressemblant progressivement à un hôtel ou une pension de vacances qui n'intéresse pas les touristes. Selon moi, les touristes payent pour découvrir la culture, le style campagnard local. En particulier, ils aimeraient bien interagir avec les propriétaires des homestays, rester avec au sein de familles locales pour y découvrir des choses nouvelles, caractéristiques de l'identité culturelle locale. Cependant, il faut reconnaître qu'aucune famille ne peut satisfaire pleinement ces besoins de touristes. Par exemple, le soir, ils cuisinent, puis ils servent les touristes ; le matin, ils refont les mêmes gestes, puis les touristes s'en vont. Ce n'est pas du séjour chez l'habitant, c'est une pension de vacances. Sans attache ni interaction avec la famille d'accueil, les touristes ne découvrent pas grand-chose de la culture locale »* (EH.15-M. Nam).

La mise en scène de l'authenticité et la modernité des homestays peuvent provoquer non seulement des frustrations pour les touristes mais encore nuire à la réputation des homestays de l'île d'An Binh à long terme. Il n'est pas facile d'empêcher la modernisation d'un homestay

car elle répond aussi en même temps à la demande de certains touristes. Il faut dire que la demande touristique est toujours en partie contradictoire : ils veulent vivre comme des habitants mais sans les inconvénients qui vont avec, comme par exemple les bruits de la vie à la compagne fait par les animaux la nuit ou par les coqs le matin, ou encore par les gens qui parlent fort tôt le matin ou le manque de confort.

Mais nous pensons qu'il est possible de rendre un homestay à sa vraie nature en créant plus d'occasions de communication entre propriétaires et touristes. C'est important car l'interaction entre l'hôte et les touristes est le pivot de toute l'expérience en homestay (Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015, p.32; Ranasinghe 2015, p.446). Ainsi, nous recommandons aux hôtes d'être plus attentifs à l'ambiance familiale d'un homestay et de consacrer plus de temps à papoter avec leurs clients. En outre, les hôtes pourraient préparer une table d'hôte commune au lieu de servir chaque personne ou chaque petit groupe indépendamment comme c'est le cas actuellement. Une table d'hôte commune pourrait leur permettre d'une part d'économiser du temps et de la nourriture et d'autre part, elle pourrait permettre aux touristes d'échanger entre eux autour de leur séjour ou des expériences de la vie.

6.2.3 S'intéresser aux touristes domestiques

Dans la plupart des pays développés, la clientèle de l'hébergement rural est principalement une clientèle domestique. En effet, selon les statistique des Gîtes de France, dans certaines régions de la France comme l'Aveyron, 94% clientèle est d'origine française (J.B. 2016). Par contre, dans la plupart des pays en développement, la clientèle est plutôt composée de touristes étrangers. Par exemple, la clientèle des homestays malaisiens est principalement étrangère (Hamzah 2008) comme celle des homestays vietnamiens.

Cependant, au Vietnam, ces dernières années, les habitants d'origine rurale vivant dans les grandes villes ont tendance à amener leur famille à la compagne pendant les vacances ou les week-ends. Certains restent dans la maison familiale comme M. Xôm cité dans l'étude de (Peyvel 2009). D'autres choisissent de séjourner dans un homestay dans le but de donner à leurs enfants une meilleure compréhension de la vie campagnarde.

Les homestays de l'île d'An Binh attirent effectivement de plus en plus de clients domestiques en provenance des grandes villes du sud telles que Ho Chi Minh Ville, Binh Duong, Dong Nai mais aussi des villes des provinces du nord. Notre guide touristique poursuit son témoignage : *« en général, les touristes domestiques du nord aiment rester dans les homestays de Vinh Long. Ils aiment aussi les rivières, les vergers et les fruits. Surtout les touristes de Bac Can, Cao Bang et Son La car ils habitent dans des régions montagneuses. Grâce au homestay, ils ont la possibilité d'interagir avec la population locale. S'ils séjournent à l'hôtel, ils ne connaîtront pas bien la culture locale »* (EH.15-M. Nam).

Par exemple, le homestay Ut Trinh reçoit de plus en plus de touristes domestiques : *« notre clientèle vietnamienne augmente de plus en plus depuis deux ans. Je limite la taille de ces*

groupes à environ 20 personnes. La plupart des touristes vietnamiens sont citadins, c'est pourquoi, ils aiment beaucoup le tourisme écologique » (RP.02-Mme Binh). C'est le cas aussi du homestay Hai Dao dont la responsable témoigne : *« autrefois, nous ne recevions que des touristes étrangers mais cela fait deux ans que nous accueillons des touristes domestiques. Les touristes domestiques viennent de grandes villes, ils sont cultivés et polis. Ils ne gênent pas les touristes étrangers »* (RP.04-Mme Dao).

En outre, il nous semble que l'augmentation importante du nombre de touristes domestiques relevé dans tout le Vietnam mais aussi dans la province de Vinh Long (cf. Figure 10, Figure 21) pourrait permettre un accroissement du tourisme homestay dans l'île d'An Binh. Un formateur en tourisme constate une évolution dans l'intérêt des touristes vietnamiens pour cette forme de tourisme : *« je vois que les touristes vietnamiens ont de plus en plus besoin de rester dans un homestay, mais la plupart des propriétaires ne veulent pas les recevoir. C'est un marché potentiel négligé »* (EF.24-M. Chien).

Effectivement, certains propriétaires de homestays affirment rencontrer des difficultés pour répondre aux demandes des touristes domestiques. M. Nam, un propriétaire témoigne : « *les touristes occidentaux mangent ce que nous servons sans rien réclamer. Par contre, les touristes domestiques nous demandent beaucoup de choses : tantôt des sauces de poissons, de soja, tantôt du poulet, des glaces, … »* (RP.06-M. Nam). D'autres refusent catégoriquement d'accueillir les touristes vietnamiens : « *Je n'ai pas l'intention d'accueillir les touristes vietnamiens. Premièrement, je n'ai pas d'habitude de servir ce type de touristes. Deuxièmement, les clients vietnamiens sont difficiles. Je suis sûr que comme vous voyagez beaucoup, vous comprenez. S'il n'y a plus de touristes occidentaux un jour, je ferais probablement autre chose »* (RP.11-M. Truong). Le responsable de la compagnie touristique Cuu Long est du même avis : *« certains disent que les touristes vietnamiens sont faciles. J'affirme qu'ils sont extrêmement difficiles. Comparé à un touriste normal, j'ai peur du touriste vietnamien. D'abord, il a de l'argent. Deuxièmement, les touristes en homestay voyagent beaucoup, leur demande de découverte est plus forte. Ils en savent beaucoup, je ne peux pas exagérer. De plus, je communique avec eux dans la langue maternelle. Pour ce qui est des touristes occidentaux, même s'ils consultent des informations avant de venir dans un homestay, mais ils connaissent seulement les informations de base, il existe de nombreuses informations secrètes qu'ils ne connaissent pas. J'explique plus, ils comprennent plus. Parfois, je peux exagérer un peu, ce n'est pas grave »* (EC.07-M. Chuc).

Les exemples ci-dessus nous montrent que le marché des touristes domestiques est à la fois un marché prometteur mais aussi un marché difficile. Il pourrait être intéressant de réaliser une étude sur le comportement des touristes vietnamiens adeptes de homestays afin de construire des stratégies de marketing ainsi que des produits pertinents. Pour cela, une coopération entre les différentes parties-prenantes (le Service de la culture, des sports et du tourisme, dont le Centre de la promotion du tourisme de la province, les compagnies touristiques locales, les agences de voyage extérieures et les propriétaires de homestays) serait souhaitable.

6.2.4 Rôles du gouvernement local

Selon l'OMT, *« les gouvernements ont un rôle crucial à jouer dans le développement et la gestion du tourisme et dans son évolution vers plus de durabilité »* (Organisation mondiale du tourisme 2006, p.24). De nombreuses études démontrent que le gouvernement joue un rôle particulièrement important pour la réussite de tourisme homestay (cf. 2.1.2.2).

Au Vietnam, il n'existe pas de programme national ou de politique spécifique pour favoriser le développement du tourisme homestay mais le gouvernement local fait récemment de plus en plus attention à son importance (Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam 2016c; Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long 2015). Dans la province de Vinh Long, après avoir reconnu que *« le tourisme homestay est un produit touristique vital de la province »,* le Centre de la Promotion touristique a effectué plusieurs actions pour promouvoir le tourisme homestay :

- Des formations pour les entrepreneurs de homestay (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2016) ;
- Des conférences pour la promotion du tourisme dans la province avec la participation de 40 compagnies touristiques de Hanoï (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2017) ;
- La publicité pour le tourisme homestay à la télévision provinciale en 2017 (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2017) ;
- Un projet de carte routière avec les différents homestays de l'île pour 2019 (Centre de la Promotion touristique de Vinh Long 2018).

Cependant, les formations délivrées ne semblent pas répondre aux attentes des entrepreneurs de homestay. La plupart des témoignages des propriétaires ayant participé montrent leur déception. Mme Binh a trouvé le contenu inadapté et a eu l'impression d'en savoir plus que la formatrice : *« Préparer la chambre, décorer les plats. Ces savoir-faire sont fructueux mais pas pratiques, relevant plus de connaissances livresques. Cela nous a fait perdre du temps. C'était inutile ! Les formateurs auraient dû préparer leur programme en parfaite connaissance de cause : caractéristiques d'un homestay, stagiaires, besoins indispensables pour bien faire fonctionner un homestay. Ils nous ont appris à plier les serviettes en forme de fleur, de papillon. En fait, nos homestays n'ont pas besoin de ces détails sophistiqués*. *Il fallait nous donner des leçons plus pratiques, cela aurait été beaucoup mieux. Sinon, ça nous a perdre du temps ! Je travaille depuis longtemps dans ce domaine. Je sais exactement distinguer les connaissances indispensables à côté de celles inutiles pour cette région. Ils auraient pu discuter avec moi pour élaborer un programme de formation logique. Ils pensaient probablement que je n'y connaissais rien »* (RP.02-Mme Binh).

M. Truong est du même avis et avait une idée de formation non retenue par les services provinciaux : « *Savez-vous ce qu'elle a enseigné ? Elle nous a appris à faire la chambre, le ménage, servir des plats selon les critères d'un hôtel. Elle ignorait complètement l'existence de homestay ! Actuellement, nous avons des connaissances de base pour faire fonctionner un homestay, nous désirons faire mieux encore. J'ai lu un article dans un journal. A Phong Nha*

(Quang Binh), les organisations non gouvernementales ont fait venir des formateurs pour donner des cours d'anglais de base aux habitants : les Kinh et les minorités ethniques. Ces derniers n'ont eu aucune notion du tourisme. Ils ont appris à travailler, à communiquer avec les touristes, que du vocabulaire de base utilisé dans le cadre des homestays. Fantastique ! C'est ce qu'il nous faudrait ici. Nous avons proposé au Service de la Culture, des Sports et du Tourisme de la province d'ouvrir une classe de langue étrangère, tout le monde ne parle pas une langue étrangère à la maison. Si une telle classe de langue étrangère existe, n'importe qui pourra la suivre. Du vocabulaire simple. Nous sommes horticulteurs. Nous avons besoin de vocabulaire concernant les arbres, les fruits, pour pouvoir expliquer aux touristes pourquoi tel type d'arbres fruitiers peut être cultivé ici et pas d'autres. C'est tellement simple et pratique mais les dirigeants ne nous ont pas écoutés. Nos demandes ont été classées sans suite. ». (RP.11-M. Truong).

En outre, les connaissances des formations ne changent pas au fil du temps *« Les administrations touristiques, le centre de promotion touristique délivrent toujours la même formation de communication, à propos du tourisme communautaire. Avec qui communiquer ? A qui servir ? Je vois que les autorités tournicotent toujours dans ces mêmes choses. ».* (EC.07-M. Chuc). Un formateur touristique l'explique par la rigidité du dispositif de formation : *« Depuis 2009, j'assure des formations pour le Centre de promotion du tourisme de la province. Ces formations doivent suivre les règlements et les résolutions de l'Etat »* (EF.24-M. Chien).

Par ailleurs, la publicité sur les sites internet des administrations provinciales ne répondent pas non plus aux attentes des entrepreneurs de homestay : « *allez voir le site internet du Centre de promotion touristique et même celui du Service de la culture, des sports et du tourisme. C'est nul ! C'est très pauvre. Donc, l'effet de la promotion est nul. Alors combien des touristes voient des informations sur ces sites internet-là ? C'est eux (officiers) qui les voient. Aucun touriste ne les voit »* (RP.11-M. Truong). Nous avons vérifié les sites internet. Par exemple, le site internet du Centre de la promotion touristique ne présente que l'adresse et le prix de huit homestays de l'île (cf. https://xuctiendulich.vinhlong.gov.vn); le site de Service de la culture, des sports et du tourisme présente principalement des informations administratives, économiques et socio-culturelles (cf. https://svhttdl.vinhlong.gov.vn). Ils existent une version vietnamienne tandis que la clientèle des homestays est principalement étrangère.

De plus, l'application mécanique des critères de homestays peut provoquer des difficultés pour les entrepreneurs de homestay : « *le Service de la culture, des sports et du tourisme a organisé une visite de quelques homestays à Ben Tre. Le homestay de Vinh Long est de toute façon meilleur, plus professionnel. […] Cependant, un homestay trop professionnel n'est pas bon car les touristes préfèrent la simplicité. Mais maintenant, nous ne pouvons pas retourner à la simplicité car les administrations nous demandent de respecter les standards nationaux sur le homestay. (Rire)…nos anciennes chambres n'ont pas abouti aux standards nationaux de homestay. Ils ne sont pas d'accord. Ils nous demandent d'équiper les chambres de verrous de sécurité comme dans un hôtel »* (RP.11-M. Truong).

Par ailleurs, l'administration locale n'est pas attentive à la préservation de l'environnement naturel et culturel de l'île d'An Binh malgré leur importance pour le tourisme homestay. Le

responsable d'une compagnie touristique locale affirme : *« le gouvernement local ne mène aucune action pour la protection de paysage. En fait, l'environnement et le paysage sont très importants pour le développement du tourisme à « miền Tây ». Ici, il n'y a pas de notion d'investissement pour la nature. Autrefois, l'arroyo menant vers le homestay de Sáu Giáo était magnifique. Les sonneratias, les mangroves étaient très ombragées. Actuellement, les habitants les coupent sans pitié car les habitants ne profitent pas des ressources touristiques. […] Le rôle du gouvernement est très important mais le gouvernement agit dans son coin et les habitants dans le leur. Il n'y a pas de concertation »* (EC.07-M. Chuc).

Un guide touristique donne son avis : « Ici, l'écologie existe, le tourisme homestay existe. Il ne faut pas détruire le paysage ni la tradition parce que les touristes viennent ici pour la culture locale, les habitants. S'il n'y a pas de planification du développement du tourisme et des homestays, tout sera mélangé. Si ici, cela devient la même chose que dans les zones urbaines, alors, les touristes resteront à Saïgon ou dans d'autres grandes villes, ils viendraient ici pour faire quoi ? » (EH.15-M. Nam).

Bien que des actions aient été réalisées par le gouvernement local (promotion, formations), celles-ci ne sont pas vraiment pertinentes. D'après nous, les pouvoirs publics peuvent et doivent faire beaucoup mieux pour soutenir les entrepreneurs de homestay et développer le tourisme homestay.

Déjà, les programmes des formations doivent être adaptés aux besoins des entrepreneurs ou des gérants de homestay.

Ensuite, les critères officiels devraient être mieux réfléchis pour correspondre à la situation actuelle des homestays de la province et ne surtout pas détruire le concept de homestay en les obligeant à ressembler à de l'hôtellerie. A ce propos, il faut absolument éviter de les appliquer mécaniquement mais avec souplesse.

Enfin, il nous semble nécessaire de prendre des mesures pour minimiser les impacts négatifs sur les paysages naturels. Des mesures simples comme la mise en place de poubelles le long des routes et des quais des rivières pourraient permettre aux entrepreneurs de homestay et aux habitants de ne pas jeter leurs déchets dans la nature, mais une réflexion plus complète sur les effets sur l'environnement et les paysages des pratiques locales seraient également à mener afin de déterminer un plan d'actions et des mesures adaptés.

6.3 Recommandations pour le développement humain

Selon Sen, le développement humain constitue avant tout un allié des pauvres plutôt que des riches et des nantis. La création d'opportunités sociales contribue directement à l'expansion des capabilités humaines et à la qualité de la vie. Par exemple, l'expansion des soins de santé, de l'éducation, de la sécurité sociale, etc., contribue directement à la qualité de la vie et à son épanouissement (Sen 2000, p.144). Notre recherche montre que les administrations locales actuelles ne créent pas vraiment de facilité pour le développement humain. En effet, les procédures administratives, la bureaucratie, les politiques fiscales compliquées constituent

non seulement un obstacle au développement des homestays mais aussi une barrière au développement humain, qui empêche les habitants d'élargir leurs capabilités dans l'entrepreneuriat homestay. Les administrations locales devraient reconnaître que *« le tourisme est principalement le domaine des entreprises privées »* (Organisation mondiale du tourisme 2006, p.24). De ce fait, elles devraient simplifier les procédures administratives, mettre fin à la bureaucratie et rendre le régime fiscal transparent pour que les habitants puissent aller plus loin dans leur domaine.

En outre, dans la perspective du développement humain, il est impératif de supprimer les obstacles auxquels les habitants sont confrontées à travers leurs propres efforts et leurs propre initiatives (Alkire et Deneulin 2009, p.28). Afin d'obtenir ces objectifs, l'agencéité joue un rôle clé parce qu'elle peut évaluer ce qu'une personne peut faire conformément à sa conception du bien (Sen 1985, p.206). En effet, notre recherche prouve que l'agencéité peut jouer un rôle central tant au niveau de la décision d'ouvrir un homestay qu'ensuite lors de l'exploitation du homestay. Une première mesure possible serait de sensibiliser les administrations locales à l'approche par les capabilités afin qu'elles puissent ensuite favoriser l'agencéité des habitants par des mesures concrètes et pratiques. En termes de formation, cela pourrait être des formations de base en anglais (vocaublaire de base, lettres commerciales), en informatique (gestion de page facebook commerciale, création des vidéos de la publicité…).

En plus, les administrations locales pourraient avoir recours aux entrepreneurs de homestay qui ont développé eux-mêmes des compétences en termes d'agencéité afin qu'ils puissent partager leur expérience pratique aux autres habitants pour leur montrer qu'il est possible d'élargir ses capabilités.

Pour favoriser un développement humain de la région, d'après nous, le gouvernement local devrait être un acteur direct, un partenaire et aussi une autorité de tutelle au lieu de n'être qu'une unité administrative ou une unité de perception des impôts.

7 Conclusion

Cette conclusion présente une synthèse des résultats de l'étude, les contributions de la recherche, à la littérature consacrée à l'approche par les capabilités, à la méthodologie ainsi qu'au management, les limites de la recherche et les perspectives futures possibles.

L'objectif central de cette étude doctorale est d'utiliser l'approche par les capabilités (Sen 2000) pour étudier les liens entre l'entrepreneuriat homestay et le développement humain à partir du le cas de l'île d'An Binh, située dans le Delta du Mékong au Vietnam. Il s'agit d'une approche qualitative qui accorde une place importante aux témoignages des acteurs locaux, en particulier ceux des entrepreneurs, des gérants de homestay qui constituent le véritable enjeu dans le lien entre l'entrepreneuriat homestay et le développement humain.

Rappelons que notre première question de recherche portait sur ***ce qui détermine le choix pour un habitant de se lancer dans l'exploitation d'un homestay ?***

Selon l'approche par les capabilités de Sen, le choix d'un individu peut découler des facteurs sociaux, des facteurs environnementaux et des facteurs personnels. Nos résultats figurent que les facteurs sociaux jouent largement un rôle pour le lancement d'un homestay. Concrètement, ce sont ***le changement politique, socio-économique du pays, l'apparition des touristes étrangers, la suggestion des compagnies touristiques locales, des guides touristiques, la relation sociale, l'encouragement de la famille et la pauvreté, la demande du marché.*** Notre recherche indique également que les facteurs personnels jouent un rôle important pour le lancement d'un homestay. Ce sont comme ***la passion personnelle, le désir de changer de vie et la poursuite d'affaire de la famille.*** Pourtant, ces facteurs sont moins visibles que les facteurs sociaux. Il se peut que le comportement ou le contexte social des entrepreneurs les empêchent. Plus important, il semblerait qu'une certaine familiarité avec le secteur du tourisme, avec les touristes soit un facteur explicatif fort de la décision d'investir dans un homestay. Ce sont ***le patrimoine, le niveau d'éducation, le milieu social d'appartenance.*** Remarquons que ces facteurs ne sont pas des éléments évoqués explicitement par les personnes interrogées.

Rappelons que notre deuxième question de recherche portait sur ***ce qui détermine la réussite d'un homestay ?***

Les résultats plus haut ont confirmé comme annoncé dans l'approche par les capabilités, qu'il existe de nombreux facteurs contribuant à la réussite d'un homestays dans l'île d'An Binh. Ce peuvent être des facteurs sociaux comme ***l'évolution du contexte politique et socio-économique, les goûts des touristes en termes de caractéristiques de homestay.*** Il peut aussi s'agir de facteurs environnementaux comme ***la localisation géographique*** ou de facteurs personnels comme ***la personnalité, les compétences*** de l'entrepreneur ou du gérant. Il est possible aussi que ***le mode de gestion*** puisse jouer un rôle.

Parmi les différents facteurs, nous constatons que les facteurs sociaux jouent un rôle facilitateur et que le facteur environnemental joue un rôle important. Mais ce sont peut-être les facteurs personnels qui font la différence en termes de réussite. Il nous semble que la compétence la plus importance, c'est l'attention : l'attention aux touristes, l'attention aux différentes évolutions, de la demande, de l'offre, du marché, …. Et ensuite, c'est l'agencéité qui va permettre d'agir, de réagir, d'anticiper, de saisir les opportunités en fonction des observations résultant de l'attention. Le facteur le plus important selon nous est donc le couple ***attention-agencéité***, donc plutôt des compétences apprises par l'expérience que transmises comme peuvent l'être le marketing, la maîtrise de l'anglais, la connaissance du concept de qualité de service, ...

Notre troisième question de la recherche portait sur ***la possibilité que cette forme de tourisme puisse constituer un outil de développement humain au niveau du territoire dans le contexte particulier vietnamien ?***

Une fois de plus en appliquant l'approche par les capabilités afin de traiter la question, les résultats obtenus clarifient que le développement du homestay permet aux entrepreneurs, gérants de homestay ainsi qu'à leur famille d'élargir leurs capabilités. Plus concrètement, selon le concept du développement humain du PNUD, ***l'exploitation de homestays permet aux entrepreneurs, gérants de homestay et leur famille d'avoir plus de moyens pour une une bonne santé, d'acquérir du savoir et d'avoir accès aux ressources nécessaires pour jouir d'un niveau de vie convenable.*** Cette recherche découvre encore un intérêt que l'exploitation de homestays peut constituer un pont *« Healing and Reconciliation »* entre les nations. Au niveau local, ***la présence des homestay a des effets positifs comme négatifs pour les habitants de l'île d'An Binh en termes d'économie, de social, de culture et d'environnement. Cependant, les effets positifs sont dominants.*** Nous pouvons dire que le développement de homestays dans l'île apporte des effets positifs au développement humain pour la communauté locale de l'île d'An Binh.

En outre, avec les risques qui pèsent sur l'activité agricole en raison du réchauffement climatique, des fluctuations du marché, cela devient un moyen de remédier à la pauvreté et aux inégalités qui sévissent dans les zones rurales du delta du Mékong (D. D. Tran et Weger 2018; Mai Trinh 2017; World Bank 2016b). En effet, les ménages gagnent de moins en moins leur vie grâce aux activités agricoles (World Bank 2016b, p.5). Donc, la réussite du développement du tourisme homestay de l'île d'An Binh serait à imiter dans d'autres régions du pays.

Les apports de notre recherche sont les suivants.

Au niveau théorique, l'approche par les capabilités de Sen, à travers ses trois concepts centraux (fonctionnement, capabilités et agencéité) nous a permis de tester les liens entre l'entrepreneuriat homestay et le développement humain dans le contexte rural du Vietnam. Plus spécifiquement, elle nous a permis de porter un regard particulier sur les différntes

étapes de la création d'un homestay dans l'île d'An Binh, et plus précisément sur les facteurs déterminants du lancement d'un homestay, sur les facteurs de réussite d'un homestay et sur les effets des homestays sur la vie des entrepreneurs et des gérants de homestay, sur celle de leur famille ainsi que de leur commaunauté. En particulier, elle nous a permis de mettre en évidence le rôle important de l'agencéité d'un individu dans la mise en place d'un homestay et dans la réussite de ce type de tourisme. En outre, elle nous a aussi permis de connaître son rôle clé dans le développement humain à travers du développement du tourisme homestay.

Comme nous l'avons vu plus haut, l'application de l'approche par les capabilités d'Amartya Sen est à ses débuts dans le tourisme homestay comme nous l'avons vu plus haut. On peut dire que notre recherche constitue une des rares tentatives d'application de l'approche par les capabilités au tourisme. Cet essai serait à approfondir et à renouveler à travers l'application de l'approche par les capabilités à l'entrepreneuriat touristique dans d'autre régions.

Cette approche par les capabilités n'est pas reconnue au Vietnam. Certains auteurs ont présenté cette théorie (T. T. Nguyen 2016; T. N. Pham 2008; Trinh 2008). D'autres auteurs se sont référés superficiellement aux fondements théoriques des capabilités en évoquant le concept de développement humain (D. T. Nguyen 2014; T. L. Nguyen 2014; T. T. Vu 2010; M. H. Dao et Dang 2006). Donc, notre recherche est la première étude appliquant l'approche par les capabilités de Sen au Vietnam, en particulier dans le tourisme homestay. D'une part, notre application de l'approche par les capabilités peut permettre aux chercheurs vietnamiens de mieux comprendre cette approche ; d'autre part, elle peut être une recherche pionnière pour d'autres domaines du pays dans l'avenir.

Au niveau méthodologique, l'utilisation simultanée de plusieurs méthodes (observation, observations participante, entretiens semi-directifs et récit de vie) nous a permis non seulement d'approcher plus facilement les acteurs clés mais aussi de générer des données pertinentes de différentes manières. En particulier, l'entretien semi-directif nous a permis de choisir les questions à explorer et à discuter en détail avec les acteurs clés afin de saisir une richesse d'informations sur la complexité des liens entre eux et leur milieu. Plus particulièrement, le récit de vie constitue une nouvelle approche dans l'entrepreneuriat homestay. Il nous a aussi permis de comprendre les multiples « zigzags » de la vie d'un entrepreneur ou d'un gérant de homestay. C'est un moyen efficace pour découvrir les « coulisses » d'un individu. Donc, notre application du récit de vie peut offrir des expériences très riches pour la recherche en tourisme, en particulier pour la compréhension de la dynamique entrepreneuriale du tourisme homestay. Notre recherche peut aussi contribuer au manque d'utilisation du récit de vie dans les études touristiques.

Cette recherche peut également renforcer l'intérêt d'adopter une approche qualitative pour mieux comprendre les liens entre l'entrepreneuriat homestay et le développement humain, ce qui signifie qu'une approche similaire pourrait être utilisée à l'avenir pour mieux comprendre l'entrepreneuriat homestay et le développement humain ailleurs dans la

province de Vinh Long, peut-être dans d'autres régions du Vietnam ou dans d'autres pays d'Asie du Sud-Est.

Notre recherche peut encore aider les chercheurs à avoir plus d'expériences pratiques sur le travail de terrain au Vietnam en général ainsi que dans le delta du Mékong en particulier.

En termes de management, les résultats de notre recherche peut aider les administrations locales, en particulier le Service de la culture, des sports et du tourisme et le Centre de la promotion touristique à avoir une meilleure vision des politiques de développement du tourisme homestay, des écueils actuels des entrepreneurs de homestay dans l'exploitation de leur homestay ainsi que des effets du tourisme homestay sur les entrepreneurs, les gérants de homestay ainsi que sur la communauté locale. En outre, cette recherche recommande aux décideurs politiques l'ajustement des programmes des formations ainsi que des plans d'action actuels en faveur du développement du tourisme homestay, en particulier en ce qui concerne le renforcement de l'agencéité des entrepreneurs de homestay et d'autres acteurs clés de la chaîne de valeur du tourisme homestay. Au-delà, le gouvernement local peut prendre en compte le cas d'An Binh comme un exemple pour le développement de « nouvelle ruralité » et le développement humain dans les zones rurales.

Limites de la recherche

Cette recherche a certaines limites. Tout d'abord, elle ne porte que sur les homestays dans l'île d'An Binh de la province de Vinh Long et du fait de cette localisation géographique particulière, elle peut être d'application internationale réduite. Ensuite, nous nous sommes seulement intéressés aux acteurs locaux (les représentations des entrepreneurs, des gérants, des habitants et des autorités locales, …). Il aurait été intéressant de compléter ces éléments par un examen des motivations des acteurs externes de la chaîne commerciale (touristes, voyagistes internationaux). Cela aurait pu aboutir à des recommandations plus précises pour l'exploitation des homestays dans l'avenir. Cependant, ces limites peuvent être des perspectives de recherches futures. En outre, le corpus d'entretiens, très conséquent, est d'une très grande richesse, aussi il est possible que nous n'ayons pas pleinement exploité celle-ci. Il est possible aussi que nous nous soyons trop focalisé sur cette source d'information, qu'elle ait pris une trop grande place dans notre travail. Enfin, la traduction du vietnamien en français n'est peut-être pas tout à fait conforme au contenu des entretiens.

Perspectives futures

Des études futures dans les destinations similaires pourraient s'appuyer sur les thèmes fournis dans notre recherche ou les utiliser comme exemple d'étude empirique afin de consolider la relation entre le développement du homestay et le développement humain. Il serait également intéressant de procéder à des comparaisons entre pays, en particulier entre les marchés touristiques émergents.

Des études pourraient également être réalisées pour explorer les représentations expérientielles des clients des homestays. Des enquêtes auprès des touristes permettraient

de déterminer dans quelle mesure les homestays répondent à leurs attentes et comment améliorer les services.

Le marché est toujours instable et la connaissance des tendances du marché est impérative pour assurer un développement de l'entrepreneuriat homestay dans la durée. La recherche sur les multiples acteurs de la chaîne de valeur du tourisme homestay pourrait être menée afin de mieux comprendre les relations ainsi que les attentes largement ignorées de certains acteurs. Ces relations devraient faire l'objet d'une enquête approfondie.

8 Bibliographie

Agustin, Santana-Talavera, et Fernadez-Betancort Heredina. 2014. « Alternative Tourism ». In *Encyclopedia of Tourism*, 1‑4. Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_331-1.

Agyeiwaah, Elizabeth. 2013. « International Tourists' Motivations for Choosing Homestay in the Kumasi Metropolis of Ghana ». *Anatolia* 24 (3): 405‑9. https://doi.org/10.1080/13032917.2013.789972.

Agyeiwaah, Elizabeth, Oheneba Akyeampong, Edem Amenumey, et Kwaku Adutwum Boakye. 2014. « Accommodation Preference Among International Volunteer Tourists in the Kumasi Metropolis of Ghana ». *Tourism Management Perspectives* 10: 7‑10. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.11.004.

Agyeiwaah, Elizabeth, Ohenneba Akyeampong, et Edem K Amenumey. 2013. « International Tourists' Motivations to Choose Homestay: Do Their Socio-Demographics Have Any Influence? » *Tourism and Hospitality Research* 13 (1): 16‑26. https://doi.org/10.1177/1467358413517895.

Ahmad, Syed Zamberi, Fauzia Jabeen, et Mehmood Khan. 2014. « Entrepreneurs Choice in Business Venture: Motivations for Choosing Home-Stay Accommodation Businesses in Peninsular Malaysia ». *International Journal of Hospitality Management* 36: 31‑40. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2013.08.006.

Alexander, John M. 2008. *Capabilities and Social Justice The Political Philosophy of Amartya Sen and Martha Nussbaum*. London, United Kingdom: Routledge.

Alkire, Sabina. 2002. *Valuing Freedoms: Sen's Capability Approach and Poverty Reduction*. Oxford ; New York: Oxford University Press.

———. 2005. « Why the Capability Approach? » *Journal of Human Development* 6 (1): 115‑33. https://doi.org/10.1080/146498805200034275.

———. 2010. « Human Development: Definitions, Critiques, and Related Concepts ». PNUD.

Alkire, Sabina, et Séverine Deneulin. 2009. « The Human Development and Capability Approach ». In *An Introduction to the Human Development and Capability Approach: Freedom and Agency*, 22‑48. London: Earthscan ; International Development Research Centre.

Allah, Mehdi Aman, et Hamid Nakhaie. 2011. « Entrepreneurship and Risk – Taking ». In , 25:77‑79. Singapore: IACSIT Press.

Ambassade de France au Vietnam. 2004. « Les cahiers de la cooperation française au Vietnam: l'action de la France pour la recherche scientifique ». Cahier 3.

Amer, Ramses. 2010. « French Policies towards the Chinese in Vietnam A Study of Migration and Colonial Responses ». *Social Science Research on Southeast Asia*, nº 16: 57‑80.

Amin, Aziz, Ahmad Munir Mohd Salleh, Mohd Shaladdin Muda, et Yahaya Ibrahim. 2013. « A Predictive Determinant of Quality of Life among Homestay Program Participants in Malaysia ». *Asian Social Science* 9 (3): 33‑41. https://doi.org/10.5539/ass.v9n3p33.

Amir, Ahmad Fitri, Ammar Abd Ghapar, Salamiah A. Jamal, et Khairun Najiah Ahmad. 2015. « Homestays at Korzok: Supplementing Rural Livelihoods and Supporting Green Tourism in the Indian Himalayas ». *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 168: 116‑22. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.217.

An Yen. 2018. « Visa - rào cản du lịch Việt Nam phát triển ». *Vnexpress*, 2018.

Anand, Anupam, Pankaj Chandan, et Ram Babu Singh. 2012. « Homestays at Korzok: Supplementing Rural Livelihoods and Supporting Green Tourism in the Indian Himalayas ». *Mountain Research and Development* 32 (2): 126‑36. https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-11-00109.1.

Anand, P. 2005. « Capabilities and Health ». *Journal of Medical Ethics* 31 (5): 299‑303. https://doi.org/10.1136/jme.2004.008706.

Andereck, K. L., et G. P. Nyaupane. 2011. « Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents ». *Journal of Travel Research* 50 (3): 248‑60. https://doi.org/10.1177/0047287510362918.

Andereck, Kathleen, et Claudia Jurowski. 2006. « Tourism and Quality of Life ». In *Quality Tourism Experiences*, 136‑54. Boston: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Anderson, Elizabeth S. 1999. « What Is the Point of Equality? » *Ethics* 109 (2): 287‑337. https://doi.org/10.1086/233897.

Anup, K. C., et Resham Bahadur Thapa Parajuli. 2014. « Tourism and Its Impact on Livelihood in Manaslu Conservation Area, Nepal ». *Environment, Development and Sustainability* 16 (5): 1053‑63. https://doi.org/10.1007/s10668-013-9512-7.

Aref, Fariborz. 2011. « The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, Iran ». *Life Science Journal* 8 (2): 26–30.

Arevin, Ayat Taufik, Ma'mun Sarma, Pang S Asngari, et Pudji Muljono. 2014. « Strategic of Empowerment to Improve the Success of the Business Owners' Coastal Homestay ». *International Journal of Humanities and Social Science* 4 (8(1)): 104‑10.

Arevin, Ayat Taufik, Ma'mun Sarma, Pang S. Asngari, et Pudji Mulyono. 2014. « The Empowerment Model of Coastal Homestay Business Owners in Five Strategic Areas of National Tourism ». *International Journal of Administrative Science & Organization* 21 (1): 9‑16.

Aristotle. 1893. *The Nichomachean Ethics of Aristotle*. Traduit par F.H. Peters. 5e éd. London, United Kingdom: Kegan Paul, Trench, Truebner & Co.

ASEAN Secretariat. 2016. *Asean Homestay Standard*. http://www.asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-Homestay-Standard.pdf.

Asoh, Derek A., Salvatore Belardo, et Peter Duchessi. 2008. « Knowledge Strategic Alignment: Research Framework, Models, and Concepts ». In *Knowledge Management and Business Strategies: Theoretical Frameworks and Empirical Research*, 188‑208. Hershey, New York: Information Science Reference.

Assaf, Ahmad. 2011. « Jordan's Accession to WTO: A Socio-Economic Challenges for Women in the Tourism Sector ». *Jordan University, WTO*, 34.

Assemblée nationale du Vietnam. 1980. *Constitution du Vietnam 1980*.

———. 2005. « Luat du lich Viet Nam ».

———. 2017. *Luat du lich Vietnam*.

Association du Tourisme du delta du Mékong. 2018. « So lieu thong ke du lich dong bang song Cuu Long ». Can Tho, Vietnam.

Ateljevic, Irena. 2008. « Women Empowerment through Tourism ». The Netherlands: Wageningen University. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/report-women_empowerment_through_tourism_by_irena_ateljevic_2008.pdf.

Bach Tuyet. 2012. *Thien thoi Dia loi Nhan hoa*. Traduit par An Nguyen et Van Mau Nguyen. Hanoi, Vietnam: Van hoa Thong tin.

Bah, Thierno, et Henri Mahé de Boislandelle. 2010. « La méthodologie des récits de vie au service de l'a nalyse du processus de transmission des entreprises ». In , 1‑17. Montpllier, France. http://colloquemontpellier.free.fr/grh_pme_entrepreneuriat_en/communications/Bah_MahedeBoislandelle.pdf.

Baker, K. 2008. « Kerala's Strategy for Tourism Growth: A Southern Approach to Development and Poverty Alleviation ». In *Tourism Development: Growth, Myths, and Inequalities*, 192‑216. Wallingford, UK: CABI.

Bar-On, Dan. 2006. *Tell your life story: creating dialogue among Jews and Germans, Israelis and Palestinians*. Budapest: Central European University Press.

Barros, Carlos P., Vera Barros, et Peter UC Dieke. 2012. « Tourism and Human Development in Mozambique: An Analysis for Inhambane Province ». CEsA-Center of African, Asian and Latin American Studies. http://pascal.iseg.utl.pt/~cesa/RePEc/cav/cavwpp/wp100.pdf.

Beliveau, Alexander, Bianca Castagna, Jennifer Cicchetti, et Miye Jacques. 2012. « A Home Away from Home: Launching Home Stay Tourism in Namibia ». Nambia: Nambia Tourism Board. https://web.wpi.edu/Pubs/E-project/Available/E-project-050412-195500/unrestricted/NTB_FINAL_IQP_2012.pdf.

Bénicourt, Emmanuelle. 2006. « Amartya Sen : une nouvelle ère pour le développement ? » *Tiers-Monde* 47 (186): 433‑47. https://doi.org/10.3406/tiers.2006.5639.

Bertaux, Daniel. 2010. *Le récit de vie: l'enquête et ses méthodes*. 3. éd. 128 Sociologie, Anthropologie. Paris: Armand Colin.

Bhalla, Priya, Alexandra Coghlan, et Prodyut Bhattacharya. 2016. « Homestays' Contribution to Community-Based Ecotourism in the Himalayan Region of India ». *Tourism Recreation Research* 41 (2): 213‑28. https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1178474.

Bhan, Suraj, et Lakhvinder Singh. 2014. « Homestay Tourism in India: Opportunities and Challenges ». *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 3 (2): 1‑8.

Bhuiyan, Anowar Hossain, Chamhuri Siwar, et Shaharuddin Mohamad Ismail. 2013. « Socio-economic Impacts of Home Stay Accommodations in Malaysia: A Study on Home Stay Operators in Terengganu State ». *Asian Social Science* 9 (3). https://doi.org/10.5539/ass.v9n3p42.

Bhuiyan, Anowar Hossain, Chamhuri Siwar, Shaharuddin Mohamad Ismail, et Rabiul Islam. 2011. « The Role of Home Stay for Ecotourism Development in East Coast Economic Region ». *American Journal of Applied Sciences* 8 (6): 540‑46. https://doi.org/10.3844/ajassp.2011.540.546.

———. 2012. « Home Stay Accommodation for Tourism Development in East Coast Economic Region ». *American Journal of Applied Sciences* 9 (2): 1085‑90.

Biagi, Bianca, Maria Gabriela Ladu, Marta Meleddu, et Vicente Royuela. 2015. « Tourism and Quality of Life: A Capability Approach ». CRENoS 201519. Sassari, Italia: Centre for North South Economic Research, University of Cagliari and Sassari, Sardinia.

Biagi, Bianca, Maria Gabriela Ladu, et Vicente Royuela. 2016. « Human Development and Tourism Specialization. Evidence from a Panel of Developed and Developing Countries: HDI and Tourism Specialization ». *International Journal of Tourism Research*. https://doi.org/10.1002/jtr.2094.

Biggeri, Mario, Renato Libanora, Stefano Mariani, et Leonardo Menchini. 2006. « Children Conceptualizing Their Capabilities: Results of a Survey Conducted during the First Children's World Congress on Child Labour ». *Journal of Human Development* 7 (1): 59‑83. https://doi.org/10.1080/14649880500501179.

Bird, Barbara J. 1992. « The Operation of Intentions in Time: The Emergence of the New Venture ». *Entrepreneurship Theory and Practice* 17 (1): 11‑20. https://doi.org/10.1177/104225879201700102.

Blackman, Anna, Faith Foster, Tracey Hyvonen, Bronwyn Jewell, Alf Kuilboer, et Gianna Moscardo. 2004. « Contributing to Successful Tourism Development in Peripheral Regions ». *The Journal of Tourism Studies* 15 (1): 59‑70.

Blanchet, Philippe. 2011. « Les principales méthodes et leurs techniques de construction des observables ». In *Guide pour la recherche en didactique des langues et des cultures*, 73‑76. Archives contemporaines/AUF.

Bolton Report. 1971. « Report of the Committee of Inquiry on Small Firms ». Cmnd.4811. London.

Boukas, Nikolaos, et Vassilios Ziakas. 2015. « Tourism Policy and Residents' Well-Being in Cyprus: Opportunities and Challenges for Developing an Inside-Out Destination Management Approach ». *Journal of Destination Marketing & Management* 5 (1): 44‑54. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.004.

Bramwell, Bill, et Bernard Lane. 1993. « Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach ». *Journal of Sustainable Tourism* 1 (1): 1‑5. https://doi.org/10.1080/09669589309450696.

Briedenhann, Jenny, et Eugenia Wickens. 2004. « Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural Areas—Vibrant Hope or Impossible Dream? » *Tourism Management* 25 (1): 71‑79. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3.

Brohman, John. 1996. « New Directions in Tourism for Third World Development ». *Annals of Tourism Research* 23 (1): 48‑70. https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7.

Bühlmann, Felix, et Manuel Tettamanti. 2007. « Le statut de l'approche qualitative dans des projets de recherche interdisciplinaires ». *RECHERCHES QUALITATIVES*, Hors Série, , nº 3: 1991‑213.

Bui, Quang Dung. 2009. « Một số vấn đề phát triển xã hội nông thôn Việt Nam thời kỳ hiện đại hoá, công nghiệp hoá ». *Xa hoi hoc*, nº 1: 26‑35.

Bui, Tan Vu. 2014. « Nghiên cứu việc tổ chức quản lý và khai thác hoạt động du lịch homestay tại cù lao An Bình – tỉnh Vĩnh Long ». Ho Chi Minh City, Vietnam: Ho Chi Minh City University of Social Sciences and Humanities.

Bui, Thanh Huong, et Duc Hoa Cuong Nguyen. 2007. « Nghiên cứu các mô hình du lịch cộng đồng ở Việt Nam ». Hanoï, Vietnam: Hanoi University.

Burchardt, Tania. 2004. « Capabilities and Disability: The Capabilities Framework and the Social Model of Disability ». *Disability & Society* 19 (7): 735‑51. https://doi.org/10.1080/0968759042000284213.

Burchi, Francesco, et Pasquale De Muro. 2016. « From Food Availability to Nutritional Capabilities: Advancing Food Security Analysis ». *Food Policy* 60: 10‑19. https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.03.008.

Bureau des statistiques générales du Vietnam. 2016a. *Manuel statistique du Vietnam*. Hanoï, Vietnam: Maison d'édition statistique.

———. 2016b. « Tình hình kinh tế - xã hội năm 2016 ». Hanoi, Vietnam. https://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=715.

———. 2017. *Results of Tourist Expenditure Survey in the Period 2003 - 2015*. Hanoi, Vietnam: The Statistical publisher.

———. 2018. *Manuel statistique du Vietnam*. Hanoï, Vietnam: Maison d'édition statistique.

———. 2019. « Tổng điều tra dân số và nhà ở 2019 ». Hanoï, Vietnam: Bureau des statistiques générales du Vietnam.

Bureau politique du parti de la province de Vinh Long. 2015. *Nghị quyết về phát triển du lịch giai đoạn 2015-2020, và tầm nhìn đến năm 2030*.

Burgen, Stephen. 2018. « Tourists Go Home, Refugees Welcome': Why Barcelona Chose Migrants Over Visitors ». *The Guardian*, 2018.

Busenitz, Lowell W. 1999. « Entrepreneurial Risk and Strategic Decision Making: It's a Matter of Perspective ». *The Journal of Applied Behavioral Science* 35 (3): 325‑40. https://doi.org/10.1177/0021886399353005.

Butcher, Jim. 2003. *The Moralisation of Tourism: Sun, Sand-- and Saving the World?* Contemporary geographies of leisure, tourism, and mobility. London: Routledge.

Cac Ngoc. 2013. « Ăn xổi thì đi trước về sau ». 2013. http://www.baomoi.com/an-xoi-thi-di-truoc-ve-sau/c/10994728.epi.

Campbell, Anne. 2010. « Strategic Destination Marketing, Nagigi Style: Olivia's Homestay in Fiji ». In *Marketing Island Destinations*, First, 97‑107. Elsevier Insights. Burlington, USA: Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384909-0.00008-8.

Can Tho Tourist. 2016. « Rapport annuel 2015 ». Can Tho, Vietnam.

Centre de la Promotion touristique de Vinh Long. 2014. « Bao cao Cong tac tong ket năm 2014, Phuong huong, nhiem vu nam 2015 ». Vinh Long, Vietnam.

———. 2016. « Bao cao Cong tac tong ket năm 2016, Phuong huong, nhiem vu nam 2017 ». Vinh Long, Vietnam.

———. 2017. « Bao cao Cong tac tong ket năm 2017, Phuong huong, nhiem vu nam 2018 ». Vinh Long, Vietnam.

———. 2018. « Bao cao Cong tac tong ket năm 2018, Phuong huong, nhiem vu nam 2019 ». Vinh Long, Vietnam.

———. 2019. « Hoạt động Homestay của tỉnh Vĩnh Long được vinh danh lần thứ hai ». Vinh Long, Vietnam. https://xuctiendulich.vinhlong.gov.vn/info.aspx?id=161201991820416.

Chaiyatorn, Supon, Prarop Kaoses, et Phairat Thitphat. 2010. « The Developmental Model of Cultural Tourism-Homestay of the Lao Vieng and Lao Song Ethnic Groups in the Central Region of Thailand ». *Journal of Social Sciences* 6 (1): 130‑32. https://doi.org/10.3844/jssp.2010.130.132.

Chapman, C. B., et Dale F. Cooper. 1983. « Risk Engineering: Basic Controlled Interval and Memory Models ». *Journal of the Operational Research Society* 34 (1): 51‑60. https://doi.org/10.1057/jors.1983.7.

Chardenet, Patrick. 2011. « L'échange avec les acteurs comme méthode de production de données [entretiens et groupes de discussion] ». In *Guide pour la recherche en didactique des langues et des cultures*, 77‑83. Paris: Archives contemporaines/AUF.

Chhetri, Mukunda Kumar. 2015. « A Study on Dallagaon Homestay and Its Sustainability ». Nepal. https://www.nrb.org.np/red/publications/study_reports/Study_Reports--A_Study_on_Dallagaon_Homestay_and_Its_Sustainability.pdf.

Chiappero Martinetti, Enrica. 1994. « A New Approach to the Evaluation of Well-Being and Poverty by Fuzzy Set Theory ». *Giornale Degli Economisti e Annali Di Economia* 53: 1‑19.

———. 2000. « A Multidimensional Assessment of Well-Being Based on Sen's Functioning Approach ». In , 2:1‑38. Pavia: Società italiana di economia publlica. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.200.4700&rep=rep1&type=pdf.

Christie, Iain T., et Amit Sharma. 2008. « Research Note: Millennium Development Goals – What Is Tourism's Place? » *Tourism Economics* 14 (2): 427‑30. https://doi.org/10.5367/000000008784460346.

Clark, David A. 2005. « Sen's Capability Approach and the Many Spaces of Human Well-Being ». *Journal of Development Studies* 41 (8): 1339‑68. https://doi.org/10.1080/00220380500186853.

Claval, Paul. 2013. « Le rôle du terrain en géographie: Des épistémologies de la curiosité à celles du désir ». *Confins*, n° 17: 1‑28. https://doi.org/10.4000/confins.8373.

Cohen, Erik. 1972. « Toward a Sociology of International Tourism ». *Social Research*, Political Economics, 39 (1): 164‑82.

———. 2016. « Ethnic Tourism in Mainland Southeast Asia: The State of the Art ». *Tourism Recreation Research* 41 (3): 232‑45. https://doi.org/10.1080/02508281.2016.1188485.

Colin, Armand. 2009. « Glossaire « les mots de sen... et au-delà » ». *Revue Tiers Monde* n° 198 (2): 373‑81. https://doi.org/10.3917/rtm.198.0373.

Combessie, Jean-Claude. 2007. *La méthode en sociologie*. 5. éd. Repères Sociologie 194. Paris: La Découverte.

Comité de la Propagande de la province de Vinh Long. 2002. *Lich su tinh Vinh Long (1732-2000)*. Hanoï, Vietnam: Chinh tri Quoc gia.

Comité populaire de la province de Vinh Long. 2010. *Quyết định về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển ngành nghề nông thôn tỉnh Vĩnh Long đến năm 2020*.

———. 2016. *Quyết định Ban hành Kế hoạch thực hiện Nghị quyết số 01-NQ/TU của Tỉnh uỷ Vĩnh Long về phát triển du lịch giai đoạn 2015-2020 và tầm nhìn đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long*.

———. 2017. « Tóm tắt tình hình thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2017 và Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2018 ». Vinh Long, Vietnam.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO). 2004. « Enterprise Risk Management Integrated Framework ».

http://ehss.moe.gov.ir/getattachment/2b57139a-e934-4f59-84f9-c9b46e385241/ERM-COSO-Executive-Summary-Frame.

Conseil des ministres du Vietnam. 1987. *Resolution 63*.

Cracolici, Maria Francesca, et Peter Nijkamp. 2009. « The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions ». *Tourism Management* 30 (3): 336‑44. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006.

Crealock, Erin, Tracey M. Derwing, et Martha Gibson. 1999. « To Homestay or to Stay Home: The Canadian-Japanese Experience ». *TESL Canada Journal* 16 (2): 53‑61. https://doi.org/10.18806/tesl.v16i2.718.

Crocker, David A. 2008. *Ethics of Global Development: Agency, Capability, and Deliberative Democracy*. Cambridge ; New York: Cambridge University Press.

Croes, Robertico. 2012a. « Assessing Tourism Development from Sen's Capability Approach ». *Journal of Travel Research* 51 (5): 542‑54. https://doi.org/10.1177/0047287511431323.

———. 2012b. « Tourism, Poverty Relief, and the Quality-of-Life in Developing Countries ». In *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research*, 85‑103. Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0_6.

———. 2014. « The Role of Tourism in Poverty Reduction: An Empirical Assessment ». *Tourism Economics* 20 (2): 207‑26. https://doi.org/10.5367/te.2013.0275.

Croes, Robertico, et Manuel Rivera. 2016. *Poverty Alleviation Through Tourism Development: A Comprehensive and Integrated Approach*. Advances in Hospitality and Tourism. Oakville, ON: Apple Academic Press.

Croes, Robertico, et Manuel Vanegas. 2008. « Cointegration and Causality between Tourism and Poverty Reduction ». *Journal of Travel Research* 47 (1): 94‑103. https://doi.org/10.1177/0047287507312429.

Crotti, Roberto, et Tiffany Misrahi. 2015. « The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015: T&T as a Resilient Contribution to National Development ». The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015. Geneva, Switzerland: World Economic Forum. http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/the-travel-tourism-competitiveness-index-2015-tt-as-a-resilient-contribution-to-national-development/.

———. 2017. « The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 ». The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017. Geneva, Switzerland: World Economic Forum.

Crotts, John, et Stephen Holland. 1993. « Objective Indicators of the Impact of Rural Tourism Development in the State of Florida ». *Journal of Sustainable Tourism* 1 (2): 112‑20. https://doi.org/10.1080/09669589309514805.

Cuervo, Álvaro, Domingo Ribeiro, et Salvador Roig. 2007. « Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. Introduction ». In *Entrepreneurship*, Springer, 1–20. New York. http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-48543-8_1.

Dahles, Heidi, et Karin Bras. 1999. « Entrepreneurs in Romance: Tourism in Indonesia ». *Annals of Tourism Research* 26 (2): 267‑93. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00098-X.

Dang, Mai Giang Tan. 2014. « The Potentials and Challenges of Responsible Tourism in the Mekong Delta from the Experience of Travel Agencies and Local Communities in Ben Tre Province, Viet Nam ». *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management (GRRTHLM)* 1 (2): 134‑46.

Dang, Phong. 2009. *Phá rào trong kinh tế vào đêm trước Đổi mới*. Hanoi, Vietnam: Tri thức.

Dao, Minh Huong, et Xuan Thanh Dang. 2006. « Ly thuyet phat trien: tu xa hoi den con nguoi (Théorie de développement : De société à l'homme) ». *Revue de la recherche de l'homme*, n° 3 (24): 38‑47.

Dao, Thi Hoang Mai. 2015. « Acting Together: How Rural Tourism Can Promote Sustainable Human Development? » *Journal of Business and Economics* 6 (3): 607‑12. https://doi.org/10.15341/jbe(2155-7950)/03.06.2015/018.

Datta, Punita Bhatt, et Robert Gailey. 2012. « Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India ». *Entrepreneurship Theory and Practice* 36 (3): 569‑87. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x.

Day, Rosie, Gordon Walker, et Neil Simcock. 2016. « Conceptualising Energy Use and Energy Poverty Using a Capabilities Framework ». *Energy Policy* 93: 255‑64. https://doi.org/10.1016/j.enpol.2016.03.019.

De Kadt, Emanuel. 1979a. « The Issues Addressed ». In *Tourism-Passport to Development?*, 3‑76. Oxford: Oxford University Press.

———. 1979b. *Tourism-Passport to Development?* Oxford: Oxford University Press.

Dernoi, L.A. 1981. « Alternative Tourism: Towards a New Style in North-South Relations ». *International Journal of Tourism Management* 2 (4): 253‑64. https://doi.org/10.1016/0143-2516(81)90030-X.

Desai, Vasant. 2008. *Dynamics of Entrepreneurial Development and Management.* Mumbai: Global Media. http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3011445.

DeWald, Erich. 2008. « The Development of Tourism in French Colonial Vietnam, 1918–1940 ». In *Asian Tourism: Growth and Change*, First, 221‑32. Oxford, UK: Elsevier.

Di Domenico, Marialaura, et Paul A. Lynch. 2007. « Host/Guest Encounters in the Commercial Home ». *Leisure Studies* 26 (3): 321‑38. https://doi.org/10.1080/02614360600898110.

Di Tommaso, Maria Laura. 2007. « Children Capabilities: A Structural Equation Model for India ». *The Journal of Socio-Economics* 36 (3): 436‑50. https://doi.org/10.1016/j.socec.2006.12.006.

Dickson, Pat H., George T. Solomon, et K. Mark Weaver. 2008. « Entrepreneurial Selection and Success: Does Education Matter? » *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15 (2): 239‑58. https://doi.org/10.1108/14626000810871655.

Dieke, Peter U.C. 1989. « Fundamentals of Tourism Development: A Third World Perspective ». *Hospitality Education and Research Journal* 13 (2): 7‑22. https://doi.org/10.1177/109634808901300203.

Dinh, Thu Thuy, et Santasombat Yos. 2013. « The Effects of Ethnic Tourism on Yao Community in Sapa District, Lao Cai Province, Vietnam ». *Varasan kan meuang kan pokkrong* 3 (2): 51–77.

Dissart, Jean-Christophe. 2012. « Building capabilities and territorial resources in mountain tourist areas: Case study in Oisans ». Traduit par Brian Keogh. *Revue de géographie alpine*, n° 100‑2: 1‑10. https://doi.org/10.4000/rga.1809.

Dissart, Jean-Christophe, et David W. Marcouiller. 2012. « Rural Tourism Production and the Experience-Scape ». *Tourism Analysis* 17 (6): 691‑704. https://doi.org/10.3727/108354212X13531051127104.

Dixey, Louise. 2005. « Inventory and Analysis of Community Based Tourism in Zambia ». Zambia: Production, Finance and Technology (PROFIT). http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.184.670&rep=rep1&type=pdf.

Doan, Thi My Hanh, et Thi Quynh Ngoc Bui. 2012. « Phát triển du lịch nông thôn ở vùng đồng bằng sông Cửu Long: Đường đến cơ cấu kinh tế dịch vụ - nông - công nghiệp ». *Tap chi Khoa hoc - Dai hoc QGHN*, n° 28: 261-268.

Dobrev, Stanislav D., et William P. Barnett. 2005. « Organizational Roles and Transition to Entrepreneurship ». *Academy of Management Journal* 48 (3): 433‑49. https://doi.org/10.5465/amj.2005.17407910.

Dodu, Patricia, et Alexandra Mărginean. 2011. « Tourism - A Promoter of Human Development ». *Romanian Economic and Business Review* 6 (4): 26‑36.

Douglass, Merrill E. 1976. « Relating Education to Entrepreneurial Success ». *Business Horizons* 19 (6): 40‑44. https://doi.org/10.1016/0007-6813(76)90007-0.

Duong, Dang Khoa. 2015. « Đào tạo nhân lực ở Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp ». *Phat trien va Hoi nhap*, n° 21(31): 78‑81.

Economic Planning Unit. 1996. « Seventh Malaysia Plan 1996 - 2000 ». http://epu.gov.my/sites/default/files/Chapter%2016%20-%20Tourism%20and%20Distributive%20Trade.pdf.

———. 2010. « Tenth Malaysian Plan 2011-2015 ». https://www.pmo.gov.my/dokumenattached/RMK/RMK10_Eds.pdf.

Editorial of Nature Methods. 2014. « No Money, No Research ». *Nature Methods* 11 (11): 1077‑1077. https://doi.org/10.1038/nmeth.3171.

Egbali, Naser, et Abbas Bakhshandea Nosrat. 2011. « Effects of Positive and Negative Rural Tourism (case Study: Rural Semnan Province) ». *Journal of Geography and Regional planning* 4 (2): 63.

Elfving, Jennie. 2008. *Contextualizing Entrepreneurial Intentions: A Multiple Case Study on Entrepreneurial Cognition and Perception*. Åbo: Åbo Akad. Förl.

Fayissa, Bichaka, Christian Nsiah, et Badassa Tadasse. 2008. « Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa ». *Tourism Economics* 14 (4): 807‑18. https://doi.org/10.5367/000000008786440229.

Ferguson, Lucy. 2011. « Promoting Gender Equality and Empowering Women? Tourism and the Third Millennium Development Goal ». *Current Issues in Tourism* 14 (3): 235‑49. https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555522.

Filion, Louis Jacques, et Hikari Akizawa. 2012. « La méthode biographique. Approche structurante pour l'étude des représentations entrepreneuriales. La cognition entrepreneuriale – Méthodes de recherche ». *Revue internationale de Psychosociologie et de comportement organisationnel* 18 (44): 117–146.

Finney, Ben R, et Karen Ann Watson. 1975. *A New Kind of Sugar: Tourism in the Pacific*. Honolulu: East–West Center.

Frediani, Alexandre Apsan. 2010. « Sen's Capability Approach as a Framework to the Practice of Development ». *Development in Practice* 20 (2): 173‑87. https://doi.org/10.1080/09614520903564181.

Gabito, Olivette A. 2013. « Growing Rural Employment through Community-Based Tourism ». In , 1‑19. Manila, Philippines: 12th National Convention on Statistics (NCS). http://nap.psa.gov.ph/ncs/12thncs/papers/INVITED/IPS-16%20Tourism%20Statistics/IPS-16_2_Growing%20Rural%20Employment%20Through%20Community-Based%20Tourism.pdf.

Gainsborough, Martin. 2010. *Vietnam: Rethinking the State*. London: Zed Books.

Gardoni, Paolo, et Colleen Murphy. 2009. « Capabilities-Based Approach to Measuring the Societal Impacts of Natural and Man-Made Hazards in Risk Analysis ». *Natural Hazards Review* 10 (2): 29‑37. https://doi.org/10.1061/(ASCE)1527-6988(2009)10:2(29).

Gartner, William B. 1989. « "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question ». *American Journal of Small Business*, 47‑67.

Gatewood, Elizabeth J., Kelly G. Shaver, et William B. Gartner. 1995. « A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-up Behaviors and Success at Venture Creation ».

Journal of Business Venturing 10 (5): 371–391. http://dx.doi.org/10.1016/0883-9026(95)00035-7.

Gee, Chuck Y., James C. Makens, et Dexter J. L. Choy. 1997. *The Travel Industry*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons, Inc.

Germain, Valérie, et Noémie Olympio. 2012. « Parcours scolaires en France et espace d'opportunités: une analyse à l'aune de la théorie des capabilités de Sen ». *Formation emploi. Revue française de sciences sociales*, n° 120: 13–33.

Ghapar, Amman Abd, Nor'Ain Othman, et Salamiah Jamal. 20015. « The Role of Government on Community Resilient in the Homestay Industry in Malaysia ». *Tourism, Leisure and Global Change* 2: 30‑41.

Gia Viet. 2017. « Lời giải nào cho "bài toán" nâng cao mức chi tiêu của khách quốc tế? » *Kinh te va Do thi*, 2017. http://kinhtedothi.vn/loi-giai-nao-cho-bai-toan-nang-cao-muc-chi-tieu-cua-khach-quoc-te-304937.html.

Gorg, Holger. 2000. « Multinational Companies and Indirect Employment: Measurement and Evidence ». *Applied Economics* 32 (14): 1809‑18. https://doi.org/10.1080/000368400425035.

Gouvernement du Vietnam. 1993. *Nghị quyết của Chính phủ số 45-CP ngày 22-6-1993 về đổi mới quản lý và phát triển ngành du lịch*.

———. 2002. *Quyết định của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam 2001 - 2010*.

———. 2011. *Quyết định 2473/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn 2030*.

———. 2013a. *Chỉ thị 18/CT-TTg ngày 4/9/2013 của Thủ tướng Chính phủ về tăng cường công tác quản lý môi trường du lịch, đảm bảo an ninh an toàn cho khách du lịch*.

———. 2013b. *Quyet dinh Phe duyet chuong trinh Hanh dong quoc gia ve Du lich giai doan 2013 - 2030*.

———. 2013c. *Quyết định phê duyệt Chương trình xúc tiến du lịch quốc gia giai đoạn 2013 - 2020*.

———. 2014. *Nghị quyết số 92/NQ-CP của Chính phủ về một số giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới*.

———. 2015. *Chỉ thị số 14/CT-TTg về việc tăng cường hiệu lực quản lý nhà nước, tập trung khắc phục yếu kém, thúc đẩy phát triển du lịch*.

Grable, John E., et Ruth H. Lytton. 1998. « Investor Risk Tolerance: Testing the Efficacy of Demographics as Differentiating and Classifying Factors ». *Financial Counseling and Planning* 9 (1): 61‑73.

Greiner, Romy, et John Rolfe. 2004. « Estimating Consumer Surplus and Elasticity of Demand of Tourist Visitation to a Region in North Queensland Using Contingent Valuation ». *Tourism Economics* 10 (3): 317‑28. https://doi.org/10.5367/0000000041895076.

Gries, Thomas, et Wim Naudé. 2011. « Entrepreneurship and Human Development: A Capability Approach ». *Journal of Public Economics* 95 (3‑4): 216‑24. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2010.11.008.

Gu, Ming, et Poh Wong. 2005. *Development of Coastal Tourism and Homestays on Dachangshan Dao, Liaoning Province, North East China*. https://www.researchgate.net/profile/Poh_Poh_Wong2/publication/253963463_Development_of_coastal_tourism_and_homestays_on_Dachangshan_Dao_Liaoning_Province_north_east_China/links/54542e2f0cf2cf51647c2bf5.pdf.

———. 2006. « Residents' Perception of Tourism Impacts: A Case Study of Homestay Operators in Dachangshan Dao, North-East China ». *Tourism Geographies* 8 (3): 253‑73. https://doi.org/10.1080/14616680600765222.

Guevarra, Shirley V., et Ma Corazon P. Rodriguez. 2015. « Homestay and Tourism in a Philippine Municipality: A Conceptual Framework for Sustainability ». *Social Science Diliman* 11 (1): 24‑47.

Guyot, Sylvain. 2008. « Une méthodologie de terrain 'avec de vrais bricolages et plein de petits arrangements'... » In , 1‑14. Arras, France. https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00422362.

Hakkala, Katariina, et Ari Kokko. 2007. « The State and the Private Sector in Vietnam ». The European Institute of Japanese Studies. https://swopec.hhs.se/eijswp/papers/eijswp0236.pdf.

Halim, Muhammad Abi Sofian Abdul, Hj Zainuddin Zakaria, et Muhazita Alias. 2011. « Entrepreneurial Acculturation, Traits, and Hospitality Management in Terengganu Homestay Industry ». *Global Journal of Management And Business Research* 11 (10): 17‑25.

Hall, C. Michael. 2009. « Sharing Space with Visitors: The Servicescape of the Commercial Exurban Home ». In *Commercial Homes in Tourism an International Perspective*, 60‑72. Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management. London ; New York: Routledge.

Hamzah, Amran. 2008. « Malaysian Homestays from the Perspective of Young Japanese Tourists: The Quest for Furusato ». In *Asian Tourism: Growth and Change*, First, 193‑207. Oxford, UK: Elsevier.

———. 2014. « Critical Success Factors for Creating Community-Based Tourism ». In *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, 589‑99. Oxford, UK: John Wiley & Sons, Ltd. https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch47.

Hamzah, Amran, et Zainab Khalifah. 2009. *Handbook on Community Based Tourism: « How to Develop and Sustain CBT »*. Singapore: APEC Secretariat.

Hart, Caroline Sarojini. 2012. « The Capability Approach and Education ». *Cambridge Journal of Education* 42 (3): 275‑82. https://doi.org/10.1080/0305764X.2012.706393.

Hashimoto, Atsuko. 2015. « Tourism and Socio-Cultural Development Issues ». In *Tourism and Development: Concepts and Issues*, 2nd éd., 205‑36. Aspects of Tourism 63. Bristol, UK: Channel View Pulications.

Hassan, Zaharah, et Abu Daud Silong. 2008. « Women Leadership and Community Development ». *European Journal of Scientific Research* 23 (3): 12.

Hiemstra, Annemarie M. F., Koen G. van der Kooy, et Michael Frese. 2006. « Entrepreneurship in the Street Food Sector of Vietnam-Assessment of Psychological Success and Failure Factors ». *Journal of Small Business Management* 44 (3): 474‑81. https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00183.x.

Higgins-Desbiolles, Freya. 2006. « More than an "Industry": The Forgotten Power of Tourism as a Social Force ». *Tourism Management* 27 (6): 1192‑1208. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.020.

Hoang, Van Trong. 2013. « Một số giải pháp phát triển dịch vụ homestay ». *Trung tam Thong tin va Xuc tien Du lich Lai Chau*, 2013. http://laichau.tourism.vn/index.php?cat=30&itemid=565.

Hobson, J.S Perry, Vincent C.S Heung, et Kye-Sung Chon. 1994. « Vietnam's Tourism Industry: Can It Be Kept Afloat? » *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 35 (5): 42–49. https://doi.org/10.1016/0010-8804(94)P2185-7.

Holden, Andrew. 2013. *Tourism, Poverty and Development*. London: Routledge.

Honey, Martha. 2011. *Travelers' Philanthropy Handbook*. Washington: Center for Responsible Travel (CREST).

Hsu, Shu-Li, et Ying-Ming Lin. 2011. « Factors Underlying College Students' Choice of Home Stay Accommodation While Travelling ». *World Transactions on Engineering and Technology Education* 9 (3): 196‑222.

Hu, Yi-Chung, Jen-Hung Wang, et Ru-Yu Wang. 2012. « Evaluating the Performance of Taiwan Homestay Using Analytic Network Process ». *Mathematical Problems in Engineering* 2012: 1‑24. https://doi.org/10.1155/2012/827193.

Hughes, Bonnie Olivia, Mosa Moshabela, Jenni Owen, et Bernhard Gaede. 2017. « The Relevance and Role of Homestays in Medical Education: A Scoping Study ». *Medical Education Online* 22 (1): 1320185. https://doi.org/10.1080/10872981.2017.1320185.

Hussin, Rosazman, et Velan Kunjuraman. 2014. « Sustainable Community-Based Tourism (CBT) Through Homestay Programme in Sabah, East Malaysia ». *Proceeding of the Social Sciences Research ICSSR*, 41–61.

Hussin, Rosazman, Velan Kunjuraman, et Fred Weirowski. 2015. « Work Transformation from Fisherman to Homestay Tourism Entrepreneur: A Study in Mantanani Island Kota Belud, Sabah, East Malaysia ». *Jurnal Kemanusiaan* 24 (1): 15–29.

Huynh, Thi Lan Phuong. 2009. « Tính cách người nông dân Nam bộ trong tiểu thuyết Hồ Biểu Chánh ». *Revue scientifique de l'Université de Can Tho* 12: 153‑61.

Ibrahim, Yahaya, et Abdul Rasid Abdul Razzaq. 2010. « Homestay Program and Rural Community Development in Malaysia ». *Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities* 2: 7–24.

International Monetary Fund. 2019. « Inflation Rate, Average Consumer Prices - Annual Percent Change ». International Monetary Fund. http://www.imf.org/external/datamapper/PCPIPCH@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD.

Ismail, Mohd Noor Ismawi, Mohd Hafiz Hanafiah, Norliza Aminuddin, et Norazah Mustafa. 2016. « Community-Based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention ». *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 222: 398‑405. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.192.

ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team. s. d. « Poverty Reduction Through Community-Based Tourism in Viet Nam: A Case Study ». ITC Export-led Poverty Reduction Programme Team (EPRP).

Jamal, Salamiah A., Nor'Ain Othman, et Nik Maheran Nik Muhammad. 2011. « The Moderating Influence of Psychographics in Homestay Tourism in Malaysia ». *Journal of Travel & Tourism Marketing* 28 (1): 48‑61. https://doi.org/10.1080/10548408.2011.535443.

Jamaludin, Mariam, Norain Othman, et Abdul Rahim Awang. 2012. « Community Based Homestay Programme: A Personal Experience ». *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 42: 451‑59. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.04.210.

Jansen-Verbeke, Myriam, et Frank Go. 1995. « Tourism Development in Vietnam ». *Tourism Management* 16 (4): 315–321.

Jasek-Rysdahl, Kelvin. 2001. « Applying Sen's Capabilities Framework to Neighborhoods: Using Local Asset Maps to Deepen Our Understanding of Well-Being ». *Review of Social Economy* 59 (3): 313‑29. https://doi.org/10.1080/00346760110053923.

J.B. 2016. « Une année florissante pour les Gîtes de France ». *Midi Libre*, 2016.

Jiang, Min, Terry DeLacy, Nickson Peter Mkiramweni, et David Harrison. 2011. « Some Evidence for Tourism Alleviating Poverty ». *Annals of Tourism Research* 38 (3): 1181‑84. https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.008.

Kabeer, Naila. 1999. « Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment ». *Development and Change* 30 (3): 435‑64. https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125.

Kanbur, Ravi. 2007. « What's Social Policy Got to Do with Economic Growth? » *Indian Journal of Human Development* 1 (1): 3‑19. https://doi.org/10.1177/0973703020070101.

Kasuma, Jati, Mohammed Irsyad Esmado, Yusman Yacob, Agnes Kanyan, et Hawa Nahar. 2016. « Tourist Perception Towards Homestay Businesses: Sabah Experience ». *Journal of Scientific Research and Development* 3 (2): 7‑12.

Kaufmann, Jean-Claude. 2004. *L'entretien compréhensif*. Paris: Armand Colin.

Kawulich, Barbara B. 2005. « Participant Observation as a Data Collection Method ». *Forum: Qualitative Social Research - Sozialforschung* 6 (2): 1‑28.

Kayat, Kalsom. 2002. « Exploring Factors Influencing Individual Participation in Community-Based Tourism: The Case of Kampung Relau Homestay Program, Malaysia ». *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 7 (2): 19‑27. https://doi.org/10.1080/10941660208722116.

———. 2010. « The Nature of Cultural Contribution of a Community-Based Homestay Programme ». *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 5 (2): 145‑59.

———. 2014. « Community-Based Rural Tourism: A Proposed Sustainability Framework ». *SHS Web of Conferences* 12: 1‑7. https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201010.

Kayat, Kalsom, Nur Farrah Ain Zainuddin, Razamin Ramli, et Maznah Mat Kasim. 2016a. « Conceptualizing the Role of Leadership, Community Support, and Entrepreneurship Skill in the Performance of Community-Based Rural Homestay (CBRH) Programme in Malaysia ». In , 566‑70. https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.08.80.

———. 2016b. « The Perceived Role of Leadership and Community Support in the Performance of Community-Based Rural Homestay (CBRH) Programme in Malaysia ». *International Review of Management and Marketing* 6 (S7): 145‑49.

Khanh Hai. 2012. « Làm "homestay" khó hay dễ? » *To quoc*, 2012. http://toquoc.vn/kinh-te-du-lich/lam-homestay-kho-hay-de-108000.html.

Kim, Kyungmi, Muzaffer Uysal, et M. Joseph Sirgy. 2013. « How Does Tourism in a Community Impact the Quality of Life of Community Residents? » *Tourism Management* 36: 527‑40. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005.

Kimaiga, Ruth K., et Bonface O. Kihima. 2018. « Homestay Tourist Accommodation as a Tool for Socio-Economic Well-Being of Rural Communities in Kenya ». *J. of Tourism and Hospitality Management* 6 (4). https://doi.org/10.17265/2328-2169/2018.08.001.

Klasen, Stephan. 1997. « Poverty, Inequality and Deprivation in South Africa: An Analysis of the 1993 Saldru Survey ». In *Quality of Life in South Africa*, 1:51‑94. Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-009-1479-7_3.

———. 2000. « Measuring Poverty and Deprivation in South Africa ». *Review of Income and Wealth* 46 (1): 33‑58. https://doi.org/10.1111/j.1475-4991.2000.tb00390.x.

Knight, David W. 2017. « An Institutional Analysis of Local Strategies for Enhancing Pro-Poor Tourism Outcomes in Cuzco, Peru ». *Journal of Sustainable Tourism*, 1‑18. https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1377720.

Knight, David W., et Stuart P. Cottrell. 2016. « Evaluating Tourism-Linked Empowerment in Cuzco, Peru ». *Annals of Tourism Research* 56: 32‑47. https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.11.007.

Knight, Susan M., et Barbara C. Schmidt-Rinehart. 2002. « Enhancing the Homestay: Study Abroad from the Host Family's Perspective ». *Foreign Language Annals* 35 (2): 190‑201. https://doi.org/10.1111/j.1944-9720.2002.tb03154.x.

Kontogeorgopoulos, Nick, Anuwat Churyen, et Varaphorn Duangsaeng. 2014. « Success Factors in Community-Based Tourism in Thailand: The Role of Luck, External Support, and Local Leadership ». *Tourism Planning & Development* 11: 106‑24.

———. 2015. « Homestay Tourism and the Commercialization of the Rural Home in Thailand ». *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 20 (1): 29‑50. https://doi.org/10.1080/10941665.2013.852119.

Kubickova, Marketa, Robertico Croes, et Manuel Rivera. 2017. « Human Agency Shaping Tourism Competitiveness and Quality of Life in Developing Economies ». *Tourism Management Perspectives* 22: 120‑31. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.03.002.

Kuhn, Harold W. 2002. « Being in the Right Place at the Right Time ». *Operations Research* 50 (1): 132‑34. https://doi.org/10.1287/opre.50.1.132.17787.

Kuklys, Wiebke. 2005. *Amartya Sen's Capability Approach: Theoretical Insights and Empirical Applications*. Studies in choice and welfare. New York: Springer.

Kumar, Ravindra, Sarjit S. Gill, et Puvaneswaran Kunasekaran. 2012. « Tourism as a Poverty Eradication Tool for Rural Areas in Selangor, Malaysia ». *Global Journal of Human-Social Science Research* 12 (7): 21‑26.

Kumaran, S., R. Kannan, et T. Milton. 2019. « A Study on Tourist's Perception about Homestay Services at Coorg ». *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research* 6 (1): 1‑7.

Kunjuraman, Velan, et Rosazman Hussin. 2017. « Challenges of Community-Based Homestay Programme in Sabah, Malaysia: Hopeful or Hopeless? » *Tourism Management Perspectives* 21: 1‑9. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.007.

Kwaramba, Hazel M., Jon C. Lovett, Lynette Louw, et Juliet Chipumuro. 2012. « Emotional Confidence Levels and Success of Tourism Development for Poverty Reduction: The South African Kwam Emakana Home-Stay Project ». *Tourism Management* 33 (4): 885‑94. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.010.

Laderchi, Caterina Ruggeri. 1997. « Poverty and Its Many Dimensions: The Role of Income as an Indicator ». *Oxford Development Studies* 25 (3): 345‑60. https://doi.org/10.1080/13600819708424139.

Ladkin, Adele. 1999. « Life and Work History Analysis: The Value of This Research Method for Hospitality and Tourism ». *Tourism Management* 20 (1): 37–45. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00092-2.

Lanier, Pamela, et Judy Berman. 1993. « Bed-and-Breakfast Inns Come of Age ». *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 34 (2): 15‑23. https://doi.org/10.1177/001088049303400207.

Le, Ba Thao. 1998. *Vietnam lanh tho va cac vung dia ly*. 1re éd. Hanoi: NXB The gioi.

Le Groupe Huit. 1979. « The Sociocultural Effects of Tourism in Tunisia: A Case Study of Sousse ». In *Tourism-Passport to Development?*, 285‑304. Oxford: Oxford University Press.

Le, Hoang Sum. 2014. « Nét ăn uống trong đời sống người miền Tây ». *Dân Việt*, 2014. http://danviet.vn/que-nha/net-an-uong-trong-doi-song-nguoi-mien-tay-476987.html.

Le, Thi My Binh. 2012. « Tourisme et développement durable sur le littoral et les îles de la baie de Nha Trang (Vietnam) ». Réunion: Université de la Réunion.

Le, Thi To Quyen, et Khanjanusthiti Pinraj. 2015. « The Cultural Impact of Tourism Development in a Dong Hoa Hiep Local Community, Cai Be District, Vietnam ». *Asian Social Science* 11 (18): 203‑14. https://doi.org/10.5539/ass.v11n18p203.

Le, To Luong. 2008. « Domestic Tourism in Vietnam ». *Forum Regional and Tourism Research* 4: 110‑15.

Le, Tuan Anh, David Weaver, et Laura Lawton. 2016. « Community-Based Tourism and Development in the Periphery/Semi-Periphery Interface: A Case Study from Viet Nam ». In *Reframing Sustainable Tourism*, Springer, 2:161‑81. Environmental Challenges and Solutions. USA.

Le, Tuan-Anh, David Weaver, et Laura Lawton. 2016. « Community-Based Tourism and Development in the Periphery/Semi-periphery Interface: A Case Study from Viet Nam ». In *Reframing Sustainable Tourism*, 2:161‑81. Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7209-9_10.

Le, Yen, Steven Hollenhorst, Charles Harris, William McLaughlin, et Steve Shook. 2006. « Environmental Management - a Study of Vietnamese Hotels ». *Annals of Tourism Research* 33 (2): 545‑67. https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.002.

Leh, Fauziah Che, et Mohd Rezuan Hamzah. 2012. « Homestay Tourism and Pro-Poor Tourism Strategy in Banghuris Selangor, Malaysia ». *Elixir International Journal* 45: 7602–7610.

Lily H., Chi. 2000. « Sighting in Saigon ». In *Cross Currents: Trans-Cultural Architecture, Education, and Urbanism*, 240‑46. http://apps.acsa-arch.org/resources/proceedings/indexsearch.aspx?txtKeyword1=Chi%2C+Lily+H.&ddField1=1.

Linh Phuong, et Mai Chau. 2017. « Du lịch homestay hút khách ». *Nguoi lao dong*, 2017. https://laodong.vn/du-lich/du-lich-homestay-hut-khach-523660.ldo.

Linh Tam. 2016. « Du lịch cộng đồng ở Đồng bằng sông Cửu Long: Cần một “cú bật” ». *Ha Noi Moi*, 2016. http://hanoimoi.com.vn/Tin-tuc/Du-lich/841847/du-lich-cong-dong-o-dong-bang-song-cuu-long-can-mot-cu-bat.

Liu, Abby. 2006. « Tourism in Rural Areas: Kedah, Malaysia ». *Tourism Management* 27 (5): 878‑89. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.007.

Liu, Juanita C., et Turgur Var. 1986. « Resident Attitudes Toward Tourism Impacts in Hawaii ». *Annals of Tourism Research* 13 (2): 193‑214. https://doi.org/10.1016/0160-7383(86)90037-X.

Lordkipanidze, Maia, Han Brezet, et Mikael Backman. 2005. « The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development ». *Journal of Cleaner Production* 13 (8): 787‑98. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043.

Loubet, France, et Liliane Bensahel-Perrin. 2010. « Interroger les liens entre secteur touristique et développement durable des territoires ruraux marginaux : proposition méthodologique pour la mise en oeuvre empirique de l’approche par les capacités ». In , 1‑12. Nantes. http://www.mangalani-consult.org/fichiers/ressources/DDTerritoiresruraux.pdf.

Low, Murray B., et Ian C. MacMillan. 1988. « Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges ». *Journal of Management* 14 (2): 139‑61. https://doi.org/10.1177/014920638801400202.

Luu, Hoang Minh. 2014. « Du lịch Vĩnh Long: 35 năm hình thành và phát triển ». 2014. http://vinhlongtourism.vn/tintuc/du-lich-vinh-long/du-lich-vinh-long-35-nam-hinh-thanh-va-phat-trien.html#.WHKVr30uLIU.

Lynch, Paul A. 1994. « Demand for Training by Bed and Breakfast Operators ». *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 6 (4): 25‑31. https://doi.org/10.1108/09596119410060892.

———. 1998. « Female Microentrepreneurs in the Host Family Sector: Key Motivations and Socio-Economic Variables ». *International Journal of Hospitality Management* 17 (3): 319‑42. https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00025-5.

———. 1999. « Host Attitudes towards Guests in the Homestay Sector ». *Tourism and Hospitality Research* 1 (2): 119‑44. https://doi.org/10.1177/146735849900100203.

———. 2000. « Networking in the Homestay Sector ». *The Service Industries Journal* 20 (3): 95‑116. https://doi.org/10.1080/02642060000000034.

———. 2005a. « Sociological Impressionism in a Hospitality Context ». *Annals of Tourism Research* 32 (3): 527‑48. https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.09.005.

———. 2005b. « The Commercial Home Enterprise and Host: A United Kingdom Perspective ». *International Journal of Hospitality Management* 24 (4): 533‑53. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2004.11.001.

Lynch, Paul, et Doreen MacWhannell. 2000. « Home and Commercialized Hospitality ». In *In Search of Hospitality*, First, 100‑117. British: Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-5431-9.50010-X.

Lynellyn, D. Long, Ngoc Hung Le, Truitt Allison, Thi Phuong Mai Le, et Nguyen Anh Dang. 2000. « Changing Gender Relations in Vietnam's Post Doi Moi Era ». Policy Research Report on Gender and Development/ Working Paper (Numbered Series) 14. Development Research Group/ Poverty Reduction and Economic Management Network (The World Bank). http://documents.worldbank.org/curated/en/564931468315308766/pdf/341320Gender0wp14.pdf.

MacCannell, Dean. 1973. « Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings ». *American Journal of Sociology* 79 (3): 589‑603. https://doi.org/10.1086/225585.

Mai Trinh. 2017. « Đồng bằng sông Cửu Long: Nhà nông bấp bênh... "theo nghiệp" trồng lúa ». *Phap luat*, 2017.

Majumdar, M., et S. Subramanian. 2001. « Capability Failure and Group Disparities : Some Evidence from India for the 1980s ». *Journal of Development Studies* 37 (5): 104‑40. https://doi.org/10.1080/00220380412331322141.

Mapjabil, Jabil, Suriani Che Ismail, Badariah Ab Rahmanh, Tarmiji Masron, Ruzila Ismail, et Rosmiza Mohd Zainol. 2015. « Homestays - Community Programme or Alternative Accommodation? A Re-Evaluation of Concept and Execution ». *GEOGRAFIA Online Malaysian Journal of Society and Space* 11 (12 (1-B)): 1‑8.

Marx, Karl. 1998. *The German Ideology*. New York, USA: Prometheus Books.

Maryani, E, E Ningrum, N Nandi, A Yani, et R Rosita. 2018. « Hospitality Skills of Homestay's Hosts at Ciletuh Palabuhanratu National Geopark, Indonesia ». *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 145 (2018): 1‑5. https://doi.org/10.1088/1755-1315/145/1/012075.

Masina, Pietro P. 2006. *Vietnam's Development Strategies*. Routledge contemporary Southeast Asia series 10. Oxon, UK: Routledge.

Maslow, Abraham H. 1987. *Motivation and Personality*. 3rd ed. New York: Harper and Row.

Mbaiwa, Joseph E. 2003. « The Socio-Economic and Environmental Impacts of Tourism Development on the Okavango Delta, North-Western Botswana ». *Journal of Arid Environments* 54 (2): 447‑67. https://doi.org/10.1006/jare.2002.1101.

McDonald, Steve. 2010. « Right Place, Right Time: Serendipity and Informal Job Matching ». *Socio-Economic Review* 8 (2): 307‑31. https://doi.org/10.1093/ser/mwp021.

McIntosh, Alison J., Paul Lynch, et Majella Sweeney. 2011. « "My Home Is My Castle": Defiance of the Commercial Homestay Host in Tourism ». *Journal of Travel Research* 50 (5): 509‑19. https://doi.org/10.1177/0047287510379160.

Meyer, Dorothea. 2007. « Pro-Poor Tourism: From Leakages to Linkages. A Conceptual Framework for Creating Linkages between the Accommodation Sector and 'Poor' Neighbouring Communities ». *Current Issues in Tourism* 10 (6): 558‑83. https://doi.org/10.2167/cit313.0.

Minh Triet. 2015. « Lối đi nào cho homestay Vĩnh Long? » *Bao du lich Vietnam*, 2015. http://baodulich.net.vn/Loi-di-nao-cho-homestay-Vinh-Long-03-7031.html.

Ministère de la culture, des sports et du tourisme du Vietnam. 2008. *Thong tu huong dan thuc hien Nghi dinh so 92/2007/NĐ-CP ngay 01 thang 06 nam 2007 cua Chinh phu quy dinh chi tiet thi hanh mot so dieu cua Luat Du lich ve luu tru du lich*.

———. 2010. *Quyet dinh phê duyệt "Đề án phát triển du lịch đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020"*.

———. 2013a. « Quy hoạch tổng thể phát triển Du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 ». Vietnam: Chinh phu Vietnam.

———. 2013b. « Vietnam Homestay Operations Manuel ». http://vietnamtourism.gov.vn/dmdocuments/Vietnam-homestay-operations-manualPDF.pdf.

———. 2014a. « Chiến lược marketing du lịch đến năm 2020 ».

———. 2014b. « Du lich Viet nam thuc trang va giai phap phat trien ». Hanoi.

———. 2015. « De an phat trien san pham du lich dac thu vung dong bang song Cuu Long ». Hanoï, Vietnam: Tong cuc du lich.

———. 2016a. « Bao cao Quy hoach tong the phat trien du lich dong bang song Cuu Long den 2030 ». Hanoï, Vietnam.

———. 2016b. « Chien luoc phat trien san pham du lich Vietnam den nam 2025, dinh huong den nam 2030 ».

———. 2016c. *Phe duyet De an « Chien luoc phat trien san pham du lich Vietnam den nam 2025, dinh huong den nam 2030 »*.

Ministère de la science et de la technologie du Vietnam. 2009. *Tieu chuan Quoc gia ve Nha o co phong cho khach du lich thue (homestay)*.

———. 2017. *Tieu chuan Quoc gia ve Nha o co phong cho khach du lich thue (homestay)*.

Mohamad, Zaleha, Yahaya Ibrahim, Mohd Shaladdin Muda, et Safiek Moklis. 2013a. « Entrepreneurial Competencies and Sustainability of Homestay Entrepreneurs ». *The International Journal of Social Sciences* 10 (1): 12‑18.

———. 2013b. « Government Supports and Sustainability of Tourism Entrepreneurs in Malaysia ». *The International Journal of Social Sciences* 11 (1): 46‑51.

Mok, Connie, et Terry Lam. 1997. « Hotel and Tourism Development in Vietnam ». *Journal of Travel & Tourism Marketing* 7 (1): 85‑91. https://doi.org/10.1300/J073v07n01_06.

Moore, Joel D., et John A. Donaldson. 2016. « Human-Scale Economics: Economic Growth and Poverty Reduction in Northeastern Thailand ». *World Development* 85: 1‑15. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.04.004.

Morrison, Alison, et Rivanda Teixeira. 2004. « Small Business Performance: A Tourism Sector Focus ». *Journal of Small Business and Enterprise Development* 11 (2): 166‑73. https://doi.org/10.1108/14626000410537100.

Moscardo, Gianna. 2009. « Bed and Breakfast, Homestay and Farmstay Accommodation: Forms and Experiences ». In *Commercial Homes in Tourism an International Perspective*, 25‑37. Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management. London ; New York: Routledge.

Mottiar, Ziene, et Lucia Laurincikova. 2009. « Hosts as Entrepreneurs: Female Commercial Home Entrepreneurs in Gaeltacht Areas in the West of Ireland ». In *Commercial Homes in Tourism an International Perspective*, 38‑49. Routledge Critical Studies in Tourism, Business and Management. London ; New York: Routledge.

Mowforth, Martin, et Ian Munt. 1998. *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. New York: Routledge.

———. 2009. *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*. 3rd ed. Abingdon: Routledge.

Musa, Ghazali, Kalsom Kayat, et Thinaranjeney Thirumoorthi. 2010. « The Experiential Aspect of Rural Home-Stay Among Chinese and Malay Students Using Diary Method ». *Tourism and Hospitality Research* 10 (1): 25‑41. https://doi.org/10.1057/thr.2009.26.

Muslim, Huda Farhana Mohamad, Shinya Numata, et Noor Azlin Yahya. s. d. « Development of Malaysian Homestay Tourism: A Review », 65‑74.

Myrdal, Gunnar. 1974. « What Is Development? » *Journal of Economic Issues* 8 (4): 729‑36. https://doi.org/10.1080/00213624.1974.11503225.

Naidoo, Perunjodi, et Richard Sharpley. 2015. « Local Perceptions of the Relative Contributions of Enclave Tourism and Agritourism to Community Well-Being: The Case of Mauritius ». *Journal of Destination Marketing & Management* 5 (1): 16‑25. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.11.002.

Naipinit, Aree, et Thirachaya Maneenetr. 2010. « Community Participation in Tourism Management in Busai Village Homestay, Wangnamkheo District, Nakhon Ratchasima Province, Thailand ». *International Business & Economics Research Journal (IBER)* 9 (1): 103‑10.

Nana, Aniekan Etim. 2017. « Tourism: A Promoter of Human Development ». *UJAH: Unizik Journal of Arts and Humanities* 18 (2): 192‑210. https://doi.org/10.4314/ujah.v18i2.11.

Nate-Chei, Achariya. 2011. « Beyond Commodifi Cation and Politicisation: Production and Consumption Practices of Authenticity in the White Tai Tourist Market in the Uplands of Vietnam ». *ASEAS - Austrian Journal of South-East Asian Studies* 4 (1): 30‑50.

Ngo, Phuong Lan. 2006. « Tính duy lí của người nông dân Việt và việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế trong nông nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long ». In *Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp để trở thành vùng trọng điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2006 - 2010*, 280‑86. Vietnam: Université nationale de Hôchiminh-Ville.

Ngo, Thi Thu Trang. 2014. « Périurbanisation et Modernité à Hô Chi Minh-Ville. Étude du cas de l'arrondissement Bình Tân ». Pau: Université de Pau et des Pays de l'Adour.

Ngoc Trang. 2016. « Du lịch Long Hồ-"Ôn cố tri tân" ». Báo Vĩnh Long. 2016. http://baovinhlong.com.vn/xa-hoi/du-lich/201602/du-lich-long-ho-on-co-tri-tan-2665176/.

———. 2018. « Nghị quyết 01 là nền tảng phát huy thế mạnh du lịch Long Hồ ». *Bao Vinh Long*, 2018. http://www.baovinhlong.com.vn/xa-hoi/du-lich/201802/nghi-quyet-01-la-nen-tang-phat-huy-the-manh-du-lich-long-ho-2881665/#.WvPEKqSWTIU.

Nguyen, Dinh Tuan. 2014. « Nghien cuu phat trien con nguoi: quan diem, xu huong va nhung goi mo (Recherche de développement humain: opinion, tendance et suggestion) ». *Revue de la recherche de l'homme*, nº 1 (70): 11‑24.

Nguyen, Hanh. 2007. « Bàn về chữ thiên thời, địa lợi trong cụm thiên thời, địa lợi, nhân hoà ». Union of Science and Technology Vietnam. http://www.vusta.vn/vi/news/Thong-tin-Su-kien-Thanh-tuu-KH-CN/Ban-ve-chu-thien-thoi-dia-loi-trong-cum-thien-thoi-dia-loi-nhan-hoa-18378.html.

Nguyen Loan, et Hai Linh. 2016. « Rộ nạn lừa đảo ở nông thôn ». 2016. http://danviet.vn/ban-doc/ro-nan-lua-dao-o-nong-thon-652673.html.

Nguyen, Quan Anh, et Gillian Sullivan Mort. 2016. « Economic Reform and Entrepreneurship in Vietnam: A Policy Perspective ». In *Economic Development and Entrepreneurship in Transition Economies*, 109‑27. Issues, Obstacles and Perspectives. Switzerland: Springer.

Nguyen, Quang Vinh. 2013. « Destination Culture and Its Influence on Tourist Motivation and Tourist Satisfaction of Homestay Visit ». *Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences* 3 (2): 199–222.

Nguyen, Quoc Nghi. 2013a. « Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của cộng đồng đối với phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long ». *Tap chi khoa hoc - Dai hoc Can Tho*, nº 25: 61‑69.

———. 2013b. « Giải pháp phát triển du lịch homestay tại các cù lao ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long ». *Tap chi khoa hoc - Dai hoc Can Tho*, nº 27: 11‑16.

Nguyen, Thanh Vuong, et Kim Nhan Vo. 2018. « Designing a Homestay Tourism Model in Tien Giang Tourist Destinations ». *Data Science and Pattern Recognition (Ubiquitous International)* 2 (1): 1‑14.

Nguyen, Thi Hoa. 2011. « Chợ trong đời sống người Việt Nam Bộ ». Ho Chi Minh Ville, Vietnam: Ho Chi Minh City University of Social Sciences and Humanities.

Nguyen, Thi Khanh Chi, et Thuc Vien Ha. 2012. « Factors Influencing on Vietnam's Tourism Development », 1‑11.

Nguyen, Thi Le. 2014. « Phat trien con nguoi tren the gioi: khai niem va do luong (Développement humain dans le monde entier : Concept et mesure) ». *Revue de la recherche de l'homme*, nº 1(70). http://ihs.vass.gov.vn/noidung/tapchi/Lists/TapChiSoMoi/View_Detail.aspx?ItemID=101.

Nguyen, Thi Tuyet Oanh. 2006. « Đổi mới và hình ảnh người phụ nữ nông thôn đồng bằng sông Cửu Long trong giai đoạn hiện nay ». In *Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp để trở thành vùng trọng điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2006 - 2010*, 314‑19. Ho Chi Minh City, Vietnam: University of Social Sciences and Humanities.

Nguyen, Trung Thanh. 2016. « Cách tiếp cận năng lực và cách tiếp cận: Phát triển là quyền tự do" của Amatya Sen ». *Nghiên cứu Con người*, nº 2: 51‑58.

Nguyen, Tuan Anh. 2016. « Biến đổi làng xã Việt Nam trong thời kỳ đổi mới ». In *Việt Nam sau 30 năm Đổi mới - Thành tựu và Triển vọng*, 60‑86. Hanoi: Hong Duc. http://www.kas.de/wf/doc/kas_48064-1522-1-30.pdf?170301091959.

Nguyen, Van Chat, et Duc Minh Duong. 2014. « Nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch loại hình du lịch homestay tại đồng bằng sông Cửu Long ». *Tap chi Van hoa va Du lich*, nº 17(71): 68‑80.

Nguyen, Van Tuan. 2015. « Du lịch Việt Nam hành trình 55 năm thành lập và phát triển ». *Bao du lich Vietnam*, 2015. http://www.baodulich.net.vn/Du-lich-Viet-Nam-hanh-trinh-55-nam-thanh-lap-va-phat-trien-03-5688.html.

Nkemngu, Acha-Anyi P. 2015. « Quality of Life and Tourism Impacts: A Community Perspective ». *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 4 (1): 1–13.

Nugroho, Iwan, Fiqih Hari Pramukanto, Purnawan D. Negara, Wiwin Purnomowati, et Wahju Wulandari. 2016. « Promoting the Rural Development through the Ecotourism Activities in Indonesia ». *American Journal of Tourism Management* 5 (1): 9–18. https://doi.org/10.5923/j.tourism.20160501.02.

Nussbaum, Martha. 1988. « Nature, Function and Capability: Aristotle on Political Distribution ». *Oxford Studies in Ancient Philosophy*, 145‑84.

———. 2000a. *Women and Human Development: The Capabilities Approach*. New York, USA: Cambridge University Press. http://edrev.asu.edu/reviews/rev105.htm.

———. 2000b. « Women's Capabilities and Social Justice ». *Journal of Human Development* 1 (2): 219‑47. https://doi.org/10.1080/713678045.

———. 2003. « Capabilities as Fundamental Entitlements: Sen and Social Justice ». *Feminist Economics* 9 (2‑3): 33‑59. https://doi.org/10.1080/1354570022000077926.

Oberle, Wayne H., Kevin R. Stowers, et James P. Darby. 1974. « A Definition of Development ». *Journal of the Community Development Society* 5 (1): 61‑71. https://doi.org/10.1080/00103829.1974.10877525.

Office statistique du district de Long Ho. 2016. *Statistical YearBook*. Long Ho, Vinh Long, Vietnam.

Ogucha, Eliza Buyeke, Geoffrey K. Riungu, Frimar K. Kiama, et Eunice Mukolwe. 2015. « The Influence of Homestay Facilities on Tourist Satisfaction in the Lake Victoria Kenya Tourism Circuit ». *Journal of Ecotourism* 14 (2‑3): 278‑87. https://doi.org/10.1080/14724049.2015.1105811.

Olivier de Sardan, Jean-Pierre. 1995. « La politique du terrain: Sur la production des données en anthropologie ». *Enquête*, n° 1: 71‑109. https://doi.org/10.4000/enquete.263.

Oostendorp, Remco H., Quoc Trung Tran, et Thanh Tung Nguyen. 2009. « The Changing Role of Non-Farm Household Enterprises in Vietnam ». *World Development* 37 (3): 632‑44. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.07.007.

Oranratmanee, Rawiwan. 2011. « Re-Utilizing Space: Accommodating Tourists in Homestay Houses in Northern Thailand การ ปรับ ใช้ พื้นที่ เพื่อ รองรับ นัก ท่อง เที ย ว ใน เรือน แรม ทาง ภาค เหนือ ของ ไทย » 8: 35‑54.

Organisation mondiale du tourisme. 1980. « Manila Declaration on World Tourism ». Madrid, Spain: World Tourism Organisation. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1.

———. 2002. *Tourism and Poverty Alleviation*. Madrid, Spain: World Tourism Organisation. https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284405497.

———. 2004. *Tourism and Poverty Alleviation - Recommondations for Action*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

———. 2006. *Vers un tourisme durable: Guide à l'usage des décideurs*. Madrid, Espagne: World Tourism Organisation. http://www.territoires-climat.ademe.fr/sites/default/files/Vers_un_tourisme_durable_guide%20decideurs_pnue.pdf.

———. 2010a. *Global Report on Women in Tourism 2010.* Madrid, Spain: World Tourism Organization.

———. 2010b. « Tourism & the Millennium Development Goals (MDGs) ». Madrid, Spain: World Tourism Organisation. http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/csrezine_finalversion_june_2010_low_resolution.pdf.

———. 2012. « Highlighting Tourism's Contribution to Vietnam's Development ». PR 12025. Madrid, Spain: World Tourism Organisation. http://media.unwto.org/press-release/2012-05-02/tourism-plays-major-role-vietnam-s-socio-economic-development-says-vice-pre.

———. 2017. *UNWTO Tourism Highlights 2017 Edition*. Madrid, Spain: World Tourism Organisation. https://doi.org/10.18111/9789284419029.

———. 2018. *UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

———, éd. 2019. *International Tourism Highlights, 2019 Edition*. Madrid, Spain: World Tourism Organisation. https://doi.org/10.18111/9789284421152.

Osman, Intan, Noor Hazlina Ahmad, Zainal Ariffin Ahmad, Azrina Husin, Saridan Abu Bakar, et Nur Diyana Tanwir. 2010. « Understanding Motivation, Empowerment and Sustainability Outcomes of Women Homestay Entrepreneurs in West Malaysia. a Preliminary Analysis ». In *ICSB World Conference Proceedings*, 1‑27. International Council for Small business (ICSB).

Osman, Intan, Noor Hazlina Ahmad, Azrina Husin, Nur Diyana Tanwir, Saridan Abu Bakar, et Zainal Ariffin Ahmad. 2011. « Entrepreneurial Aspirations and Empowerment of Rural Women in Ecotourism SMEs: A Preliminary Analysis », 1‑16.

Osman, Intan, Zainal Ariffin Ahmad, Noor Hazlina Ahmad, Azrina Husin, Saridan Abu Bakar, et Nur Diyana Tanwir. 2009. « Following the Trail of Women Homestay Entrepreneurs in Malaysia: Understanding Their Motivation and Empowerment ». *TEAM Journal of Hospitality & Tourism* 6 (1): 24‑35.

Osman, Intan, et Saridan Abu Bakar. 2014. « Social Capital and Social Competence in the Creation of Human Capital for Community Based Tourism (CBT) in Malaysia: The Case of Rural Womenns Entrepreneurship in the Homestay Program ». *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.2445979.

Othman, Fadina, Ferdhaus Sazali, et Badaruddin Mohamed. 2013. « Rural and Community Based Tourism Development in Malaysia: Prospects for Homestays as a Social Economy Enterprise ». *TEAM Journal of Hospitality and Tourism* 10 (1): 65–76.

Page, Sheila. 1999. « Tourism and Development: The Evidence from Mauritius, South Africa and Zimbabwe ». *Overseas Development Institute*, 107.

Pakshir, Leila, et Vikneswaran Nair. 2011. « Sustainability of Homestay as a Form of Community-Based Tourism (CBT): A Case Study of the Rural Community in Bavanat-Iran ». *TEAM Journal of Hospitality and Tourism* 8 (1): 5‑18.

Parent, Robert, Denis St-Jaques, et Julie Bélievau. 2008. « Knowledge Transfer Strategy: An Emerging Classification System ». In *Knowledge Management and Business Strategies: Theoretical Frameworks and Empirical Research*, 90‑107. Hershey, New York: Information Science Reference.

Park, Duk-Byeong, et Yoo-Shik Yoon. 2009. « Segmentation by Motivation in Rural Tourism: A Korean Case Study ». *Tourism Management* 30 (1): 99‑108. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.011.

Parveen, Rumana. 2016. « Potentiality of Homestay Programs in Bangladesh: A Case Study of Paharpur Homestay ». *Dhaka University Journal of Business Studies* 1 (1): 163‑77.

Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative research and evaluation methods*. 3 ed. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Pazin, Pazliana. 2004. « Penilaian pengalaman dan tahap puas hati pelancong terhadap program homestay: kajian kes Kampung Desa Murni, Kerdau, Temerloh, Pahang ». Skudai, Johor: Universiti Teknologi Malaysia.

Peneff, Jean. 1994. « Les grandes tendances de l'usage des biographies dans la sociologie française ». *Politix* 7 (27): 25‑31. https://doi.org/10.3406/polix.1994.1861.

Perdue, Richard R., Patrick T. Long, et Yong Soon Kang. 1999. « Boomtown Tourism and Resident Quality of Life: The Marketing of Gaming to Host Community Residents ». *Journal of Business Research* 44 (3): 165‑77. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00198-7.

Peyvel, Emmanuelle. 2007. « Tourismes, ethnies et territoires: le cas de Sa Pa (Việt Nam) ». In *Tourismes et territoires*, 1‑10. https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00475732/.

———. 2009. « L'emergence du tourisme domestique au Viêt Nam: lieux, pratiques et imaginaires ». Nice: Université de Nice Sophia-Antipolis.

Pham, Long Hong, et Kalsom Kayat. 2011. « Residents' Perceptions of Tourism Impact and Their Support for Tourism Development: The Case Study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh Province, Vietnam ». *European Journal of Tourism Research* 4 (2): 123‑46.

Pham, Minh Huong, et Lee Ju-Hee. 2017. « Finding Important Factors Affecting Local Residents' Support for Tourism Development in Ba Be National Park, Vietnam ». *Forest Science and Technology* 13 (3): 126‑32. https://doi.org/10.1080/21580103.2017.1354337.

Pham, Nguyen Ngoc Anh. 2014. « Đào tạo nguồn nhân lực cho nông nghiệp, nông thôn trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở đồng bằng sông Cửu Long ». *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, nº 33: 102‑8.

Pham, Thanh Nghi. 2008. « Tiep can nang luc trong phat trien con nguoi (Approche de capabilité dans le développement humain) ». *Revue de la recherche de l'homme*, nº 6 (39): 17‑22.

Pham, Thi Hong Cuc. 2009. « Sự tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch tại cù lao Bình Hòa Phước, tỉnh Vĩnh Long ». Ho Chi Minh Ville, Vietnam: Université des sciences sociales et humaines de Ho Chi Minh Ville.

Pham, Thi Hong Cuc, et Thanh Loan Ngo. 2017. « Community-Based Tourism and Its Contribution to Poverty Reduction in Vietnam ». *Science & Technology Development Journal* 19: 5‑11.

Pham, Thi Mai Hoa, et Thi Mai Lan Lam. 1999. *The Impact of Tourism on Ethnic Minority Inhabitants of Sa Pa District. Lao Cai: Their Participation in and Attitudes Toward Tourism*. IUCN Vietnam. Hanoi. http://www.mekonginfo.org/assets/midocs/0002282-

society-the-impact-of-tourism-on-ethnic-minority-inhabitants-of-sa-pa-district-lao-cai-their-participation-in-and-attitudes-toward-tourism.pdf.

Pham, Thi Thuy Trang. 2006. « Gia đình ở nông thông đồng bằng sông Cửu Long trong giai đoạn hiện nay ». In *Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp để trở thành vùng trọng điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2006 - 2010*, 355‑66. Ho Chi Minh Ville, Vietnam: Université nationale de Ho Chi Minh Ville.

Phan, Anh Vu. 2012. « Nhìn lại chặng đường 20 năm xây dựng và phát triển của tỉnh Vĩnh Long ». *Industrial Review of Vietnam: Economics & Management*, n° 12: 45‑46.

Phelan, Chris, et Richard Sharpley. 2011. « Exploring Agritourism Entrepreneurship in the UK ». *Tourism Planning & Development* 8 (2): 121‑36. https://doi.org/10.1080/21568316.2011.573912.

Phuc, To Xuan. 2012. « When the Đại Gia (Urban Rich) Go to the Countryside: Impacts of the Urban-Fuelled Rural Land Market in the Uplands ». In *The Reinvention of Distinction*, 143‑55. Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-2306-1_9.

Phuong Anh. 2018. « Homestay Trải nghiệm mới của du khách ». *Bao moi*, 2018. https://baomoi.com/homestay-trai-nghiem-moi-cua-du-khach/c/24475887.epi.

Phuong Ha. 2012. « Âm nhạc truyền thống đang mờ bản sắc ». *Tin tuc*, 2012. https://baotintuc.vn/doi-song-van-hoa/am-nhac-truyen-thong-dang-mo-ban-sac-20121024083938710.htm.

Phuong Nga. 2018. « Khởi nghiệp với du lịch homestay: Nhiều bạn trẻ “thắng đậm” nhờ bí quyết này! » *Tri thuc tre*, 2018. Http://ttvn.vn/kinh-doanh/khoi-nghiep-voi-du-lich-homestay-nhieu-ban-tre-thang-dam-nho-bi-quyet-nay-5201851285316169.htm.

PNUD. 1990. *Définition et mesure du développement humain*. Economica. Paris: PNUD.

———. 1991. *Mesurer le développement humain et la liberté humaine*. Paris: Economica.

———. 1996. *Croissance économique et développement humain*. Economica. Paris: PNUD.

———. 2010. *La vraie richesse des nations: les chemins du développement humain*. New York: PNUD.

Poisson, Yves. 1983. « L’approche qualitative et l’approche quantitative dans les recherches en éducation ». *Revue des sciences de l’éducation* 9 (3): 369. https://doi.org/10.7202/900420ar.

Police des communes d’An Binh, Binh Hoa Phuoc, Hoa Ninh et Dong Phu. 2018. « L’enregistrement de logement des touristes internationaux à l’île d’An Binh ». Vinh Long, Vietnam.

Politburo du Parti du Vietnam. 2016. *Báo cáo đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội 5 năm 2011-2015 và phương hướng, nhiệm vụ phát triển kinh tế-xã hội 5 năm 2016-2020*.

———. 2017. *Nghi quyet cua Bo chinh tri ve phat trien du lich tro thanh nganh kinh te mui nhon*.

Popescu, Ionela-Valeria, et Valerică Olteanu. 2014. « Luxury Tourism: Characteristics and Trends of the Behavior of Purchase ». *SEA - Practical Application of Science* II (2(4)): 319‑24.

Pusiran, Arif Kamisan, et Honggen Xiao. 2013. « Challenges and Community Development: A Case Study of Homestay in Malaysia ». *Asian Social Science* 9 (5): 1‑17. https://doi.org/10.5539/ass.v9n5p1.

Qizilbash, Mozaffar. 2005. « Core Poverty, Basic Capabilities and Vagueness: An Application to the South African Context ».

Rahnema, Majid. 2010. « Poverty ». In *The Development Dictionary*, 2e éd., 174‑94. London: Zed Books.

Ramamurthy, Bhargavi. 2001. « Origin and Development History ». In *Entrepreneurship in Vietnam*, 59‑87. Copenhagen: Nordic Institute of Asian Studies.

Ramele, Rohaslinda, Yamazaki Juchi, Md Najib Ibrahim, Zarina Isnin, et Lilis Shereena Safiee. 2017. « The Evolution of Homestay Tourism in Malaysia ». *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities* 25(S): 301‑6.

Ranasinghe, Ruwan. 2014. « The Perceived Impacts of Tourism on the Small Scale Entrepreneurs (Case of World Heritage City Dambulla, Sri Lanka) ». *International Journal of Scientific and Research Publications* 4 (10): 1‑5.

———. 2015. « Evaluation of Homestay Accommodation Supply in Sri Lanka ». *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, no 2(2): 442‑47.

Rawls, John. 1999. *A Theory of Justice*. Rev. ed. Cambridge: Harvard University Press.

Ray, Dennis M. 1993. « Understanding the Entrepreneur: Entrepreneurial Attributes, Experience and Skills ». *Entrepreneurship & Regional Development* 5 (4): 345‑58. https://doi.org/10.1080/08985629300000022.

Razzaq, Abdul Rasid Abdul, Mohd Yusop Hadi, Mohamad Zaid Mustafa, Amran Hamzah, Zainab Khalifah, et Nor Haniza Mohamad. 2011. « Local Community Participation in Homestay Program Development in Malaysia ». *Journal of Modern Accounting and Auditing* 7 (12): 1418‑29.

Razzaq, Abdul Rasid Abdul, Mohamad Zaid Mustafa, Ali Suradin, Razali Hassan, Amran Hamzah, et Zainab Khalifah. 2012. « Community Capacity Building for Sustainable Tourism Development: Experience from Miso Walai Homestay ». *Business and Management Review* 2 (5): 10‑19.

Rea, Michael H. 2000. « A Furusato Away from Home ». *Annals of Tourism Research* 27 (3): 638‑60. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00106-1.

Regmi, Kapil Dev, et Pierre G. Walter. 2016. « Conceptualising Host Learning in Community-Based Ecotourism Homestays ». *Journal of Ecotourism* 15 (1): 51‑63. https://doi.org/10.1080/14724049.2015.1118108.

Renda, Ana Isabel, Júlio da Costa Mendes, et Patrícia Oom do Valle. 2011. « A Structural Model Approach of Residents' Perception of Tourism Impacts in Their Own Quality of Life: The Municipality of Loulé, Algarve ». In *International Conference on Tourism & Management Studies*, II:1088‑91. Algarve, Portugal. http://tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/297/452.

Richards, Keith. 2009. « Interviews ». In *Qualitative Research in Applied Linguistics*, 182‑99. New York: Palgrave Macmillan.

Richardson, Kathryn. 2003a. « International Education: Homestay theory versus practice ». In *Proceedings for the International Education Research Conference AARE–NZARE*, 27–35. Citeseer. http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.214.8933&rep=rep1&type=pdf.

———. 2003b. « International education: The quality of homestay services ». *17th IDP Australian International Education Conference*, 2003. http://aiec.idp.com/uploads/pdf/RichardsonWed1400_p.pdf.

Ridderstaat, Jorge, Robertico Croes, et Peter Nijkamp. 2013. « Tourism Development, Quality of Life and Exogenous Shocks: A Systemic Framework ». *International Journal of Society Systems Science* 5 (4): 321–336. https://doi.org/10.1504/IJSSS.2013.058465.

———. 2014. « The Tourism Development–Quality of Life Nexus in a Small Island Destination ». *Journal of Travel Research* 55 (1): 1‑16. https://doi.org/10.1177/0047287514532372.

Rist, Gilbert. 2001. *Le développement. Histoire d'une croyance occidentale*. Références inédites. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.

Rivera, Manuel A. 2016. « The Synergies Between Human Development, Economic Growth, and Tourism Within a Developing Country: An Empirical Model for Ecuador ». *Journal of Destination Marketing & Management*, 1‑12. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.002.

Rivera, Manuel, Robertico Croes, et Seung Hyun Lee. 2015. « Tourism Development and Happiness: A Residents' Perspective ». *Journal of Destination Marketing & Management* 5 (1): 5‑15. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.002.

Roberts, Lesley, et Derek Hall, éd. 2001. *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. Wallingford: CABI. https://doi.org/10.1079/9780851995403.0000.

Robeyns, Ingrid. 2003a. « Sen's Capability Approach and Gender Inequality: Selecting Relevant Capabilities ». *Feminist Economics* 9 (2‑3): 61‑92. https://doi.org/10.1080/1354570022000078024.

———. 2003b. « The Capability Approach: An Interdisciplinary Introduction ». In *Training Course Preceding the Third International Conference on the Capability Approach*, 1‑57. Pavia, Italy. https://pdfs.semanticscholar.org/49fb/e60b5aa9152d3789e43b8991bc6034f24f49.pdf.

———. 2005. « The Capability Approach: A Theoretical Survey ». *Journal of Human Development* 6 (1): 93‑117. https://doi.org/10.1080/146498805200034266.

Robineau, Claude. 1985. « La notion de développement ». *Bulletin de l'Association française des anthropologues* 20 (1): 25‑31. https://doi.org/10.3406/jda.1985.1261.

Rockart, John F. 1979. « Chief Executives Define Their Own Information Needs ». *Harvard Business Review*, n° March/April: 81‑92.

Ronnås, Per, et Bhargavi Ramamurthy. 2001. « Summary and Conclusions ». In *Entrepreneurship in Vietnam*, 326–344. Copenhagen: Nordic Institute of Asian Studies.

Rosenthal, Gabriele. 1993. « Reconstruction of Life Stories: Principles of Selection in Generating Stories for Narrative Biographical Interviews ». *The Narrative Study of Lives*, n° 1(1): 59‑91.

Ross, Sheryl, et Geoffrey Wall. 1999. « Evaluating Ecotourism: The Case of North Sulawesi, Indonesia ». *Tourism Management* 20 (6): 673‑82. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00040-0.

Royal HaskoningDHV, et Wageningen University. 2013. « Kế hoạch Đồng bằng sông Cửu Long - Tầm nhìn và chiến lược dài hạn nhằm phát triển Đồng bằng sông Cửu Long an toàn, trù phú và bền vững ». Vietnam.

Saarinen, Jarkko, et Christian M. Rogerson. 2014. « Tourism and the Millennium Development Goals: Perspectives Beyond 2015 ». *Tourism Geographies* 16 (1): 23‑30. https://doi.org/10.1080/14616688.2013.851269.

Saarinen, Jarkko, Christian Rogerson, et Haretsebe Manwa. 2011. « Tourism and Millennium Development Goals: Tourism for Global Development? » *Current Issues in Tourism* 14 (3): 201‑3. https://doi.org/10.1080/13683500.2011.555180.

Salleh, Mohd, Norlida Hanim, Redzuan Othman, Naufal Nordin, Mohd Idris, Siti Hajar, et Md Shafiin Shukor. 2014. « The homestay program in Malaysia: Motivation for participation and development impact ». *Turizam: znanstveno-stručni časopis* 62 (4): 407–421.

Samsudin, Puteri Yuliana, et Nor Zarifah Maliki. 2015. « Preserving Cultural Landscape in Homestay Programme Towards Sustainable Tourism: Brief Critical Review Concept ». *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 170: 433‑41. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.004.

Saraithong, Wuthiya, et Kanokwan Chancharoenchai. 2011. « Tourists Behaviour in Thai Homestay Business ». *International Journal of Management Cases* 13 (3): 112‑26. https://doi.org/10.5848/APBJ.2011.00044.

Sarkar, Runa, et Anup Sinha. 2015. « The Village as a Social Entrepreneur: Balancing Conservation and Livelihoods ». *Tourism Management Perspectives* 16: 100‑106. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.07.006.

Sasu, Karin Andreea, et Gheorghe Epuran. 2016. « An Overview of the New Trends in Rural Tourism ». *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, Economic Sciences, 9(58) (2): 119‑26.

Savills Vietnam. 2017. « Vietnam Residential Development Portfolio ». Hanoi, Vietnam.

Schéou, Bernard. 2017. « Tourism and the Millennium Development Goals ». In *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*, 1239‑42. Thousand Oaks: SAGE Publications. https://doi.org/10.4135/9781483368924.n455.

Schéou, Bernard, Alain Girard, et Van Chat Nguyen. 2019. « Homestay Rather than Community-Based Tourism? The Case of Vietnam ». présenté à Community-Based Tourism and sustainable development in a globalized context, Ho Chi Minh City, Vietnam.

Scheyvens, Regina. 2000. « Promoting Women's Empowerment Through Involvement in Ecotourism: Experiences from the Third World ». *Journal of Sustainable Tourism* 8 (3): 232‑49. https://doi.org/10.1080/09669580008667360.

Schischka, John, Paul Dalziel, et Caroline Saunders. 2008. « Applying Sen's Capability Approach to Poverty Alleviation Programs: Two Case Studies ». *Journal of Human Development* 9 (2): 229‑46. https://doi.org/10.1080/14649880802078777.

Schoen, Christian, et Ngoc Linh Pham. 2017. « Rapid Market Assessment of Responsible Tourism in Vietnam 2017 ». Geneva, Switzerland: ILO. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_557998.pdf.

Schubert, Stefan Franz, Juan Gabriel Brida, et Wiston Adrián Risso. 2011. « The Impacts of International Tourism Demand on Economic Growth of Small Economies Dependent on Tourism ». *Tourism Management* 32 (2): 377‑85. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.03.007.

Schultz, Émilien. 2013. « Le temps d'un projet: Les temporalités du financement sur projet dans un laboratoire de biophysique ». *Temporalités*, n° 18. https://doi.org/10.4000/temporalites.2563.

Schumpeter, Joseph A. 1983. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Traduit par Redvers Opie. Social Science Classics Series. New Brunswick, US: Transaction Books.

Sebastian, Leena Mary, et Prema Rajagopalan. 2009. « Socio-Cultural Transformations Through Tourism: A Comparison of Residents' Perspectives at Two Destinations in

Kerala, India ». *Journal of Tourism and Cultural Change* 7 (1): 5‑21. https://doi.org/10.1080/14766820902812037.

Sen, Amartya. 1979. « Equality of What? » In , 197‑220. Stanford University. http://www.ophi.org.uk/wp-content/uploads/Sen-1979_Equality-of-What.pdf.

———. 1992. *Inequality Reexamined*. Oxford Univ. Press. New York: Oxford University Press.

———. 1999. *Commodities and Capabilities*. New Delhi, India: Oxford Univ. Press.

———. 2000. *Development as Freedom*. 1st éd. New York: Knopf.

———. 2001. « Reply ». In *The Standard of Living*, 103‑12. Cambridge: Cambridge Univ. Press.

Service de la culture, des sports et du tourisme de Vinh Long. 2015. « Qua trinh hinh thanh va phat trien loai hinh du lich homestay tren dia ban tinh Vinh Long ». In *Du lich xanh dong bang song Cuu Long*, 80‑82. Can Tho, Vietnam.

———. 2018. « Thong ke du lich tinh Vinh Long tu 2013 den 2018 ». Vinh Long, Vietnam.

Service Formation des Publics. 2013. « Méthodologie de la recherche documentaire : principes clés ». Université d'Avignon.

Sharpley, Richard. 2015. « Tourism: A Vehicle for Development? » In *Tourism and Development: Concepts and Issues*, 2nd éd., 3‑30. Aspects of Tourism 63. Bristol, UK: Channel View Publications.

Shiri, Sonia. 2015. « The Homestay in Intensive Language Study Abroad: Social Networks, Language Socialization, and Developing Intercultural Competence ». *Foreign Language Annals* 48 (1): 5‑25. https://doi.org/10.1111/flan.12127.

Shukor, Md. Shadin, Norlida Hanim Mohd Salleh, Redzuan Othman, et Siti Hajar Mohd Idris. 2014. « Perception of Homestay Operators towards Homestay Development in Malaysia ». *Jurnal Pengurusan* 42: 3‑17. https://doi.org/10.17576/pengurusan-2014-42-01.

Simpson, Mike, Nicki Tuck, et Sarah Bellamy. 2004. « Small Business Success Factors: The Role of Education and Training ». *Education + Training* 46 (8/9): 481‑91. https://doi.org/10.1108/00400910410569605.

Sita, Sharon Esther Donny, et Nor Ashikin Mohd Nor. 2015. « Local Perceptions towards Tourism Impacts Related to Homestay Programme ». *Journal of Management Research* 7 (2): 274‑85. https://doi.org/10.5296/jmr.v7i2.6952.

Slade, Bret. 2009. « The McPhersons – Australian Pioneers ». In *Stories of Entrepreneurial Courage, Audacity and Genius*, 42‑50. Pearson.

Small, Jennie. 2004. « Memory-Work ». In *Qualitative Research in Tourism: Ontologies, Epistemologies and Methodologies*, 256‑72. London; New York: Routledge.

Smith, Adam. 1976a. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Indiana: Oxford University Press.

———. 1976b. « Taxes upon Consumable Commodities - Part II: On Taxes - Chapter II: On the Sources of the General or Public Revenue of the Society - Book V: On the Revenue of the Sovereign or Commonwealth ». In *An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nations*, édité par R.H. Campbell et A.S. Skinner, 2:869‑906. Indiana: Oxford University Press.

Smith, Dan. 2004. « Towards a Strategic Framework for Peacebuilding: Getting Their Act Together ». Overview report of the Joint Utstein Study of Peacebuilding. Oslo: The Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs.

SNV Vietnam. 2011. « HITT Inception Analysis: Vietnam ». Vietnam. http://www.mekongtourism.org/wp-content/uploads/HITT_Inception_Analysis_VIETNAM_English.pdf.

Snyman, Susan Lynne. 2012. « The Role of Tourism Employment in Poverty Reduction and Community Perceptions of Conservation and Tourism in Southern Africa ». *Journal of Sustainable Tourism* 20 (3): 395‑416. https://doi.org/10.1080/09669582.2012.657202.

Soares Jr, Jair, et Rogério H Quintella. 2008. « Development: An Analysis of Concepts, Measurement and Indicators ». *BAR - Brazilian Administration Review* 5 (2): 104‑24. https://doi.org/10.1590/S1807-76922008000200003.

Song Tra. 2017. « Dịch vụ homestay "hút" khách ». *Nhan dan*, 2017. http://nhandan.com.vn/kinhte/item/31820702-dich-vu-homestay-hut-khach.html.

Sood, Jyoti, Paul Lynch, et Constantia Anastasiadou. 2017. « Community Non-Participation in Homestays in Kullu, Himachal Pradesh, India ». *Tourism Management* 60: 332‑47. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.007.

Spenceley, Anna, et Dorothea Meyer. 2012. « Tourism and Poverty Reduction: Theory and Practice in Less Economically Developed Countries ». *Journal of Sustainable Tourism* 20 (3): 297‑317. https://doi.org/10.1080/09669582.2012.668909.

Stokker, Judy, et Gillian Hallam. 2009. « The Right Person, in the Right Job, with the Right Skills, at the Right Time: A Workforce-Planning Model That Goes Beyond Metrics ». *Library Management* 30 (8/9): 561‑71. https://doi.org/10.1108/01435120911006520.

Suansri, Potjana. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok, Thailand: Responsible Ecological Social Tour-REST.

Suntikul, Wantanee. 2010. « Tourism and Political Transition in Reform-Era Vietnam ». In *Tourism and Political Change*, 133‑43. London: Goodfellow.

Suntikul, Wantanee, Thomas Bauer, et Haiyan Song. 2009. « Pro-Poor Tourism Development in Viengxay, Laos: Current State and Future Prospects ». *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 14 (2): 153‑68. https://doi.org/10.1080/10941660902847203.

Suntikul, Wantanee, Richard Butler, et David Airey. 2008. « A Periodization of the Development of Vietnam's Tourism Accommodation since the Open Door Policy ».

Asia Pacific Journal of Tourism Research 13 (1): 67‑80. https://doi.org/10.1080/10941660701883375.

Sweeney, Majella, et Paul A Lynch. 2007. « Explorations of the Host's Relationship with the Commercial Home ». *Tourism and Hospitality Research* 7 (2): 100‑108. https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050042.

Sweeney, Majella, et Paul A. Lynch. 2009. « Classifying Commercial Home Hosts Based on Their Relationships to the Home ». *Tourism and Hospitality Planning & Development* 6 (2): 159‑70. https://doi.org/10.1080/14790530902981563.

Tamandani, Sedigheh, Maryam Karimiyan Bostani, et Gholam Reza Miri. 2015. « Women Empowerment through Tourism Case Study: Zahedan City ». *International Journal of Scientific Engineering and Applied Science (IJSEAS)* 1 (7): 255‑62.

Tan Phong. 2015. « Homestay góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch ». *Ap Bac*, 2015. http://baoapbac.vn/van-hoa-nghe-thuat/201503/homestay-gop-phan-da-dang-hoa-san-pham-du-lich-594811/index.htm.

Tao, Teresa C.H., et Geoffrey Wall. 2009. « Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy ». *Tourism Management* 30 (1): 90‑98. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.009.

Tavakoli, Rokhshad, Paolo Mura, et Sushila Devi Rajaratnam. 2017. « Social Capital in Malaysian Homestays: Exploring Hosts' Social Relations ». *Current Issues in Tourism* 20 (10): 1028‑43. https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1310189.

Telfer, David J. 2015. « The Evolution of Development Theory and Tourism ». In *Tourism and Development: Concepts and Issues*, 2nd éd., 31‑73. Aspects of Tourism 63. Bristol, UK: Channel View Publications.

Telfer, David J., et Richard Sharpley. 2008. *Tourism and Development in the Developing World*. First. London: Routledge.

Temporal, Franck, et Joseph Larmarange. 2006. « Déroulement des enquêtes quantitatives et/ou qualitatives ». Laboratoire POPINTER - Faculté de Sciences Humaines et Sociales - Université Paris 5 René Descartes.

Thakuri, Indra Bahadur Malla. 2016. « Economic Contribution of Home-stay in Nepal ». *Journal of Advanced Academic Research* 3 (3): 1‑10. https://doi.org/10.3126/jaar.v3i3.16802.

Thapa, Bimal, Anicar D Manavi, et D.H. Malini. 2018. « Unraveling Tourists‟ Preferred Homestay Attributes from Online Reviews: A Sentiment Analysis ». *International Journal of Pure and Applied Mathematics* 119 (15): 1567‑85.

The Report of the South Commission. 1990. « The Challenge to the South ». Oxford: Oxford University Press.

Thu Huyen, et Thu Ha. 2012. « Vietnam Has Much Potential for Tourism Homestay Development ». 2012. http://vccinews.com/news_detail.asp?news_id=26017.

Tien Hai. 2014. « Hậu duệ và trí tuệ ». *Tap chi Cong san*, 2014. http://www.tapchicongsan.org.vn/Home/Sinh-hoat-tu-tuong/2014/25238/Hau-due-va-tri-tue.aspx.

Tochon, Francois Victor. 2009. « The Key to Global Understanding: World Languages Education-Why Schools Need to Adapt ». *Review of Educational Research* 79 (2): 650‑81. https://doi.org/10.3102/0034654308325898.

Traianou, Anna. 2014. « The Centrality of Ethics in Qualitative Research ». In *The Oxford Handbook of Qualitative Research*, 62‑77. Oxford Library of Psychology. Oxford ; New York: Oxford University Press.

Tran, D. D., et J. Weger. 2018. « Barriers to Implementing Irrigation and Drainage Policies in An Giang Province, Mekong Delta, Vietnam ». *Irrigation and Drainage* 67: 81‑95. https://doi.org/10.1002/ird.2172.

Tran, Linh, et Pierre Walter. 2014. « Ecotourism, Gender and Development in Northern Vietnam ». *Annals of Tourism Research* 44: 116‑30. https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.09.005.

Tran, Ngoc Them. 2006. « Tính cách văn hóa Nam Bộ ». In *Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp để trở thành vùng trọng điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2006 - 2010*, 141‑48. Vietnam: Université nationale de Hôchiminh-Ville.

Tran, Nhat Vy, et Van Nhat Nguyen. 2016. « Công phu xây “kỳ quan” khách sạn và cái tên Caravelle ». *Tuoi Tre*, 2016. https://tuoitre.vn/cong-phu-xay-ky-quan-khach-san-va-cai-ten-caravelle-1050682.htm.

Tran, Phong Dieu. 2008. « Nhà ở Đồng bằng sông Cửu Long ». *The Saigontimes*, 2008. https://www.thesaigontimes.vn/7541/Russian-Gastronomy-At-Tan-Cang.html.

Tran, Thi Bach Van, K Thirumaran, Thi Hoang Yen Duong, et Ngoc Anh Nguyen. 2015. « Vietnam’s Visa Policy for Tourists ». *Global Review of Research in Tourism, Hospitality and Leisure Management* 1 (1): 286‑98.

Tran, Van Tho. 2015. « Việt Nam 40 năm qua và những năm tới: Cần một nền kinh tế thị trường định hướng phát triển ». *Thoi dai moi Tap chi nghien cuu va Thao luan*, n° 33: 13‑64.

Trinh, Thi Kim Ngoc. 2008. « Phat trien con nguoi qua phan tich quan diem « phat trien la quyen tu do » cua Amartya Sen (Développement humain par l’analyse de l’opinion « développement comme liberté » de Amartya Sen) ». *Revue de la recherche de l’homme*, n° 5 (38): 53‑61.

Truong, Quang Phu, Tuan Kiet Nguyen, et Quang An Nguyen. 2017a. *Địa chí Vĩnh Long*. Vietnam: Sự Thật.

———. 2017b. *Dia chi Vinh Long*. Hanoi, Vietnam: Chinh tri Quoc gia.

Truong, V. Dao. 2013. « Tourism Policy Development in Vietnam: A Pro-Poor Perspective ». *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events* 5 (1): 28‑45. https://doi.org/10.1080/19407963.2012.760224.

Truong, V. Dao, et C. Michael Hall. 2015. « Exploring the Poverty Reduction Potential of Social Marketing in Tourism Development » 8 (2): 125‑42. https://doi.org/DOI 10.14764/10.ASEAS-2015.2-2.

Truong, V. Dao, C. Michael Hall, et Tony Garry. 2014. « Tourism and Poverty Alleviation: Perceptions and Experiences of Poor People in Sapa, Vietnam ». *Journal of Sustainable Tourism* 22 (7): 1071‑89. https://doi.org/10.1080/09669582.2013.871019.

Turner, Louis, et John Ash. 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London.

United Nations. 1986. *Declaration on the Right to Development*. Vol. Resolution 41/128.

———. 2015. *The Millennium Developement Goals Report 2015*. New York: United Nations. http://www.un.org/millenniumgoals/2015_MDG_Report/pdf/MDG%202015%20rev%20(July%201).pdf.

Urry, John. 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. 1re éd. Theory, culture & society. London ; Newbury Park: Sage Publications.

Vanegas, Manuel, William Gartner, et Benjamin Senauer. 2015. « Tourism and Poverty Reduction: An Economic Sector Analysis for Costa Rica and Nicaragua ». *Tourism Economics* 21 (1): 159‑82. https://doi.org/10.5367/te.2014.0442.

Venkatesh, R, et H.V Mukesh. 2015. « The Role of Home stays in Promoting Rural Tourism ». *GJRA - Global Journal for Research Analysis* 4 (4): 1‑3.

Verhoeven, Marie, Jean-François Orianne, et Vincent Dupriez. 2007. « Vers des politiques d'éducation « capacitantes » ? » *Formation emploi. Revue française de sciences sociales*, no 98: 93‑107.

Viet Hung. 2018. « Thị trường homestay Việt Nam liên tục tăng trưởng 2 chữ số ». *TheLEADER*, 2018. https://theleader.vn/thi-truong-homestay-viet-nam-lien-tuc-tang-truong-2-chu-so-1542615447767.htm.

Vietnam Business Forum. 2015. « Vĩnh Long: Hướng đến một nền kinh tế xanh bền vững ». *Vietnam Business Forum*, 2015. http://vccinews.vn/news/13313/vinh-long-huong-den-mot-nen-kinh-te-xanh-ben-vung.html.

Vietnam Chamber of Commerce and Intrustry, et Vietnam PricewaterhouseCoopers. 2017. « Doing Business in Viet Nam 2017 ». Vietnam. https://www.pwc.com/vn/en/publications/2017/dbg-2017.pdf.

Vietnam News Agency. 2015. « Malaysia Pilots Homestay Asean Programme », 2015, Vietnam News Agency édition. https://en.vietnamplus.vn/malaysia-pilots-homestay-asean-programme/86965.vnp.

Vinh Long Statistics Office. 2016. *Statistical Yearbook of Vinh Long Province 2015*. Hanoï, Vietnam: Ethnic Minorities Culture.

———. 2019. *Statistical Yearbook of Vinh Long Province 2018*. Hanoï, Vietnam: Ethnic Minorities Culture.

Vo, Van Sen, et Van Dop Phan. 2006. « Văn hóa vùng, văn hóa tộc người và sự phát triển kinh tế-xã hội ở đồng bằng sông Cửu Long ». In *Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp để trở thành vùng trọng điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2006 - 2010*, 114‑25. Hôchiminh-ville: Université nationale de Hôchiminh-Ville.

Vu, Thi Thanh. 2010. « Cach tiep can va cac chieu canh cua phat trien con nguoi [L'approche et les dimension du développement humain] ». *Revue de la recherche de l'homme*, n° 2 (47): 45‑50.

Vu, Tu Lap. 2006. *Dia ly tu nhien Vietnam*. 3e éd. Hanoi, Vietnam: NXB DH Sư Phạm Ha Noi.

Vuong, Quan Hoang, et Tri Dung Tran. 2009. « The Cultural Dimensions of the Vietnamese Private Entrepreneurship ». *The IUP Journal of Entrepreneurship and Development* VI (3 & 4): 54‑78. https://doi.org/10.2139/ssrn.1442384.

Vuuren, Van C., et Elmarie Slabbert. 2011. « Travel Motivations and Behaviour of Tourists to a South African Resort ». In , 1:295‑304. Algarve, Portugal.

Wahnich, Stéphane. 2006. « Enquêtes quantitatives et qualitatives, observation ethnographique. Trois méthodes d'approche des publics ». *BBF*, n° 6: 8‑12.

Walker, Melanie. 2005. « Amartya Sen's Capability Approach and Education ». *Educational Action Research* 13 (1): 103‑10. https://doi.org/10.1080/09650790500200279.

Walpole, Matthew J., et Harold J. Goodwin. 2000. « Local Economic Impacts of Dragon Tourism in Indonesia ». *Annals of Tourism Research* 27 (3): 559‑76. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00088-2.

Wang, Jen-Hung. 2018. « What Are the Key Operational Indicators If Homestays in Macau Are Legalized? » *Journal of Tourism and Hospitality* 2018 (1): 1‑13.

Wang, Yu. 2007. « Customized Authenticity Begins at Home ». *Annals of Tourism Research* 34 (3): 789‑804. https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.008.

Watson, Kathryn, Sandra Hogarth-Scott, et Nicholas Wilson. 1998. « Small Business Start-Ups: Success Factors and Support Implications ». *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* 4 (3): 217‑38. https://doi.org/10.1108/13552559810235510.

Weaver, David B. 2006. *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Weaver, David, et Laura Lawton. 2014. *Tourism Management*. 15e éd. Milton, Qld: Wiley.

Wijesundara, Namal, et Athula C. Gnanapala. 2016. « Difficulties and challenges related to the development of homestay tourism in Sri Lanka ». *Tourism, Leisure and Global Change* 3: 90–104.

Wilson, David. 1979. « The Early Effects of Tourism in the Seychelles ». In *Tourism-Passport to Development?*, 205‑36. Oxford: Oxford University Press.

Wolff, Jonathan, et Avner De-Shalit. 2007. *Disadvantage*. Oxford political theory. Oxford ; New York: Oxford University Press.

World Bank. 2016a. « Báo cáo đánh giá quốc gia Việt Nam 2016 ». Hanoi. http://documents.worldbank.org/curated/en/199441476437862446/pdf/108348-VIETNAMESE-PUBLIC-VietnamSCDfinalVNOct.pdf.

———. 2016b. « Transforming Vietnamese Agriculture: Gaining More from Less ». Hanoï, Vietnam: World Bank.

———. 2018. « Climbing the Ladder: Poverty Reduction and Shared Prosperity in Vietnam ». Washington, US.

World Travel & Tourism Council. 2014. « Travel & Tourism Economic Impact 2014 Vietnam ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. http://www.itdr.org.vn/vi/an-pham/an.../32_c14948b1a7f1e0781cbb0f11128550fd.html.

———. 2015. « Travel & Tourism Economic Impact 2015 Vietnam ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2015/vietnam2015.pdf.

———. 2016a. « Tourism as a Driver of Peace ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://sp.wttc.org/-/media/files/reports/special-and-periodic-reports/tourism-as-a-driver-of-peace--full-report-copyrighted.pdf.

———. 2016b. « Travel & Tourism Economic Impact 2016 Vietnam ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/vietnam2016.pdf.

———. 2017. « Travel & Tourism Economic Impact 2017 Vietnam ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/vietnam2017.pdf.

———. 2018. « Travel & Tourism Economic Impact 2018 Vietnam ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/vietnam2018.pdf.

———. 2019a. « The Economic Impact of Global Wildlife Tourism ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/publications/.

———. 2019b. « Travel & Tourism Economic Impact 2019 World ». London, United Kingdom: World Travel & Tourism Council. https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf.

Yaru, Liu, Xiao Liu, et Ma Jing. 2018. « Study on the Quality of Service in Rural Homestay - Taking Shanli Lohas as an Example ». *Journal of Tourism & Hospitality* 07 (04). https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000370.

Yasami, Mehri, Khairil Wahidin Bin Awang, et Kenny Teoh. 2017. « Homestay Tourism: From the Distant Past up to Present ». *PEOPLE: International Journal of Social Sciences* 3 (2): 1251‑68. https://doi.org/10.20319/pijss.2017.32.12511268.

Yassin, Azlina Md. 2015. « Homestay Entrepreneurs - Drivers and Barriers ». *American Scientific Publishers* 21 (5): 1‑4. https://doi.org/10.1166/asl.2015.6082.

Yiamjanya, Siripen. 2016. « Endogenous and Exogenous Factors for e-Marketing Technology and Innovation in Homestay Establishments: A Case Study of Samut Songkhram Province, Thailand ». *Journal of Economics, Business and Management* 4 (1): 40‑46. https://doi.org/10.7763/JOEBM.2016.V4.364.

Yong, Kelvin, et Ramraini Ali Hassan. 2019. « A Conceptual Framework of Community Participation and Entrepreneurial Success Towards the Homestay Business in Sabah, Malaysia ». *Academy of Entrepreneurship Journal* 25 (1): 1‑6.

Yu, Chia-Pin, Shu Tian Cole, et Charles Chancellor. 2016. « Assessing Community Quality of Life in the Context of Tourism Development ». *Applied Research in Quality of Life* 11 (1): 147‑62. https://doi.org/10.1007/s11482-014-9359-6.

Yusof, Yusnita, Aziz Amin, et Shaladdin Muda. 2012. « The Influences of Transformational Leadership in Homestay Programme ». *The International Journal of Social Sciences* 1 (1). http://www.tijoss.com/1stVolume/Yusof%20Yusnita1.pdf.

Yusof, Yusnita, Yahaya Ibrahim, Mohd Shaladdin Muda, et Wan Abd Aziz Wan Mohd Amin. 2012. « Community Based Tourism and Quality of Life ». *Review of Integrative Business and Economics Research* 1 (1): 336‑46.

Yusof, Yusnita, Mohd Shaladdin Muda, Wan Aziz Amin, et Yahaya Ibrahim. 2013. « Rural Tourism in Malaysia: A Homestay Program ». *China-USA Business Review* 12 (3): 300‑306. https://doi.org/10.17265/1537-1514/2013.03.008.

Yusof, Yusnita, Mohd Shaladdin Muda, Ahmad Munir Salleh, Yahaya Ibrahim, et Wan Abdul Aziz Wan Mohd Amin. 2016. « The Determinants of Commitment among Homestay Operators in Malaysia ». *Procedia Economics and Finance* 39: 256‑61. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30321-5.

Zahra, Shaker A. 2005. « Entrepreneurial Risk Taking in Family Firms ». *Family Business Review* 18 (1): 23‑40. https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2005.00028.x.

Zamani-Farahani, Hamira. 2011. « Home Stay: A Rural Tourism Entrepreneurship Business ». *Tourism Analysis* 16 (5): 525‑33. https://doi.org/10.3727/108354211X13202764960546.

Zeng, Benxiang, Chris Ryan, Xiaoming Cui, et Hui Chen. 2014. « Tourism-Generated Income Distribution in a Poor Rural Community: A Case Study from Shaanxi, China ». *Journal of China Tourism Research* 11 (1): 85‑104. https://doi.org/10.1080/19388160.2014.953281.

9 Annexes

Annexe 1 : Les effets du tourisme homestay en termes de développement humain

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Kwaramba et al. 2012)	Afrique du Sud	Grahamstown Kwame Makana	Homestay	Génération de revenus Réduction de la pauvreté Renforcement de la confiance des femmes	
(P. A. Lynch 1994)	Angleterre	Oui	Bed and breakfast	Génération de revenus	
(P. A. Lynch 1998)	Angleterre	Oui	Cultural homestay	Génération de revenus Création d'emplois Amélioration du niveau de vie	
(P. A. Lynch 1999)	Angleterre	Oui	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois	
(P. A. Lynch 2000)	Angleterre	Oui	Homestay	Renforcement des relations sociales	
(P. A. Lynch 2005)	Angleterre	Non	Homestay	Renforcement des relations sociales	
(P. Lynch et MacWhannell 2000)	Angleterre	Non	Commercial home	Renforcement des relations sociales	
(Moscardo 2009)	Australie	Oui	Homestay	Génération de revenus Renforcement des relations sociales	
(Richardson 2003)	Australie	Melbourne	Homestay	Renforcement de l'interaction sociale	
(Parveen 2016)	Bangladesh	Paharpur	Homestay	Protection de l'environnement Génération de revenus Empowerment pour la femme	
(Gu et Wong 2010)	Chine	Dachangshan Dao, Nord-est de Chine	Homestay	Génération de revenus	
(Gu et Wong 2006)	Chine	Dachangshan Dao, Nord-est de Chine	Homestay	Renforcement de l'interaction entre le tourisme et d'autres secteurs	
(Wang 2007)	Chine	Lijiang	Homestay		Préservation du patrimoine
(Yaru, Liu, et Jing 2018)	Chine	Shanli Lohas	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Encouragement des jeunes à rester en milieu rural Amélioration des infrastructures publiques Renforcement des relations sociales	
(Di Domenico et Lynch 2007)	Écosse				Renforcement de l'interaction sociale
(Agyeiwaah 2013)	Ghana	Kumasi	Homestay	Préservation du patrimoine	
(Agyeiwaah et al. 2014)	Ghana	Kumasi	Homestay		Préservation de la culture locale Renforcement de l'interaction sociale

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Anand, Chandan, et Singh 2012)	Inde	Ladakh (Indian Himalayas)	Homestay	Protection de l'environnement Conservation de l'écosystème et biodiversité Amélioration des connaissances interculturelles Partage et diffusion des idées Diversification des moyens de subsistance Réduction de la pauvreté Génération de revenus	
(Baker 2008)	Inde	Kerala	Homestay	Promotion de la culture locale Soutien des femmes par travail Réduction de la pauvreté	Promotion de la destination
(Bhalla, Coghlan, et Bhattacharya 2016)	Inde	The Binsar Wildlife Sanctuary, situated in Kumaon Hills of the Indian Himalayan region	Programme de homestay		Génération de revenus Support pour l'écotourisme Création du travail Sens accru d'identité culturelle Préservation du patrimoine Protection de l'environnement
(Bhan et Singh 2014)	Inde	Non	Tourisme homestay		Création d'emplois Réduction de la pauvreté Attirer des investissements pour le développement local Renforcement des relations sociales Réduction des conflits Opportunités dans l'éducation Sens accru d'identité culturelle Protection de l'environnement
(Sarkar et Sinha 2015)	Inde	Sikkim	Homestay communautaire	Génération de revenus Conservation de la biodiversité et du capital naturel	
(Sebastian et Rajagopalan 2009)	Inde	Kerala	Homestay	Création d'emplois Renforcement du bien-être Baisse de l'alcoolisme Meilleur accès à l'éducation Stimulation de l'activité pour d'autres secteurs économiques Protection de l'environnement Promotion de la destination	
(Sood, Lynch, et Anastasiadou 2017)	Inde	Kullu, Himachal Pradesh	Homestay		Génération de revenus Création du travail
(Nugroho et al. 2016)	Indonésie	Non	Homestay		Génération de revenus Amélioration du niveau de vie Protection de l'environnement Motivation d'autres secteurs économiques
(Pakshir et Nair 2011)	Iran	Bavanat	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Renforcement de l'interaction sociale	

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Mottiar et Laurincikova 2009)	Irlande	Galway, Mayo and Donegal. (Western seaboard of Ireland)	Commercial home female entrepreneurs	Génération du revenu Renforcement des relations sociales	
(Kimaiga et Kihima 2018)	Kenya	Taita Taveta	Homestay	Augmentation des opportunités d'affaire Création d'emplois Préservation de la culture Renforcement de l'interaction sociale	Protection de l'environnement Préservation du patrimoine Préservation de la culture locale
(Suntikul, Bauer, et Song 2009)	Laos	Viengxay	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Accroissement de la fierté culturelle Préservation du patrimoine culturel Renforcement des relations sociales	Réduction de la pauvreté
(Abdullah et Said 2014)	Malaisie	Non	Programme de homestay		Création du travail Génération de revenus Réduction de la pauvreté
(Ahmad, Jabeen, et Khan 2014)	Malaisie	Peninsular Malaysia	Homestay		Génération de revenus Renforcement des relations sociales
(Amin et al. 2013)	Malaisie	Certaines localités en Malaisie	Programme de homestay		Amélioration du niveau de vie Opportunités pour le développement humain
(Amir et al. 2015)	Malaisie	5 villages (Kelantan, Selangor, Sembila, Melaka, Johor)	Homestay villages	Génération de revenus Création d'emplois Réduction de la pauvreté	
(Bhuiyan, Siwar, et Ismail 2013)	Malaisie	Terengganu	Homestay	Création d'emplois Augmentation des opportunités d'affaire Génération de revenus Conservation de l'écosystème Protection de l'environnement Préservation de la culture locale Renforcement des relations sociales	
(Bhuiyan et al. 2011)	Malaisie	The East Coast Economic Region	Homestay		Protection de l'environnement Protection de l'environnement Amélioration du niveau de vie
(Ibrahim et Razzaq 2010)	Malaisie	Non	Programme de homestay		Génération de revenus Création du travail Augmentation du capital social Amélioration du niveau de vie

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Kayat 2010)	Malaisie	Negeri Sembilan	Community-based Homestay Programme	Génération de revenus Création d'emplois Soutiens des femmes par le travail Renforcement des relations sociales Renforcement des relations sociales Préservation de la culture locale	
(Kumar, S. Gill, et Kunasekaran 2012)	Malaisie	Selangor	Rural homestay programmes		Création d'emplois Génération de revenus Augmentation des opportunités d'affaire Amélioration du niveau de vie Protection de l'environnement Promotion de la destination Encouragement des jeunes des rester à la ruralité
(Leh et Hamzah 2012)	Malaisie	Banghuris Selangor	Tourisme homestay		Génération de revenus Réduction de la pauvreté Amélioration des connaissances
(Musa, Kayat, et Thirumoorthi 2010)	Malaisie	Kampung Lonek (Batu Kikir, Negeri Sembilan)	Homestay rural	Renforcement des relations sociales	
(Osman et al. 2011)	Malaisie	Peninsular Malaysia	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Amélioration des connaissances par les formations	
(Osman et al. 2010)	Malaisie	Ouest de Malaisie	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Stimulation de l'activité pour d'autres secteurs économiques Sens accru de la culture et de l'identité locale Amélioration du niveau de vie Encouragement des jeunes à rester en milieu rural Protection de l'environnement	
(Osman et al. 2009)	Malaisie	Peninsular Malaysia	Homestay	Génération de revenus Renforcement du rôle des femmes	
(Pusiran et Xiao 2013)	Malaisie	Non	Homestay		Génération de revenus Renforcement de l'interaction sociale Réduction de la pauvreté Préservation du patrimoine Protection de l'environnement

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Razzaq et al. 2011)	Malaisie	Johor	Programme de homestay	Génération de revenu Renforcement de l'interaction sociale Amélioration des connaissances (capacité à construire le programme, savoir communiquer en anglais	
(Sita et Nor 2015)	Malaisie	Sarawak	Programme de tourisme	Génération de revenus Renforcement des relations sociales Augmentation des opportunités d'affaire Promotion de la culture locale Amélioration des infrastructures publiques Promotion de la destination	
(Shukor et al. 2014)	Malaisie	East Coast (Kelantan, Terengganu, Pahang), Southern (Johor, Melaka, Negeri Sembilan), Central (Selangor) and Western (Perak, Perlis, Pulau Pinang)	Tourisme homestay		Création du travail Génération de revenus Préservation de la culture locale Promotion de la culture locale Protection de l'environnement naturel Renforcement des relations sociales
(Tavakoli, Mura, et Rajaratnam 2017)	Malaisie	Mukim Teja	Homestay	Réduction des conflits Renforcement des relations sociales	
(Yassin 2015)	Malaisie	Johor	Homestay		Augmentation des opportunités d'affaire Génération de revenus
(Yong et Hassan 2019)	Malaisie	Sabah	Homestay		Création du travail Génération de revenus Amélioration du niveau de vie
(Yusof et al. 2012)	Malaisie		Programme de homestay		Génération de revenus Amélioration du niveau de vie Protection de l'environnement
(Yusof et al. 2013)	Malaisie		Programme de tourisme		Génération de revenus Réduction de la pauvreté Amélioration du niveau de vie Protection de l'environnement Renforcement de l'interaction sociale

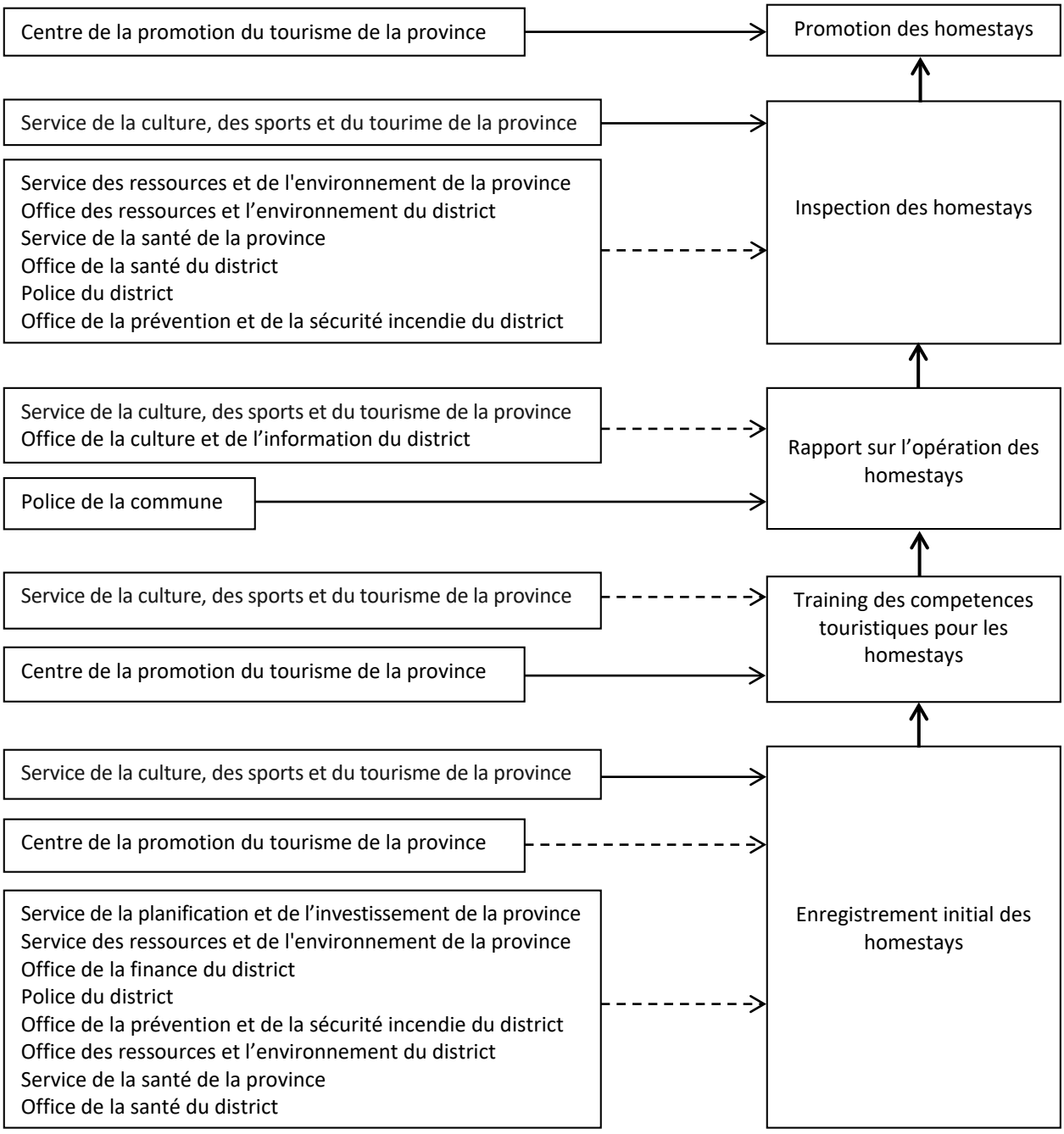
Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Zamani-Farahani 2011)	Malaisie		Programme de tourisme		Renforcement de l'interaction sociale Génération de revenus Préservation de la culture locale Soutien des femmes par le travail Amélioration du niveau de vie Amélioration des connaissances Promotion de la destination Renforcement de l'interaction humaine Protection de l'environnement
(S. M. Knight et Schmidt-Rinehart 2002)	Mexique, Espagne	Oui	Homestay	Opportunités dans l'éducation	
(Beliveau et al. 2012)	Namibia	13 communautés du pays	Programme de homestay		Préservation de la culture locale Génération de revenus Réduction du chômage Amélioration des connaissances par des formations pour les hôtes d'accueil
(Acharya et Halpenny 2017)	Népal	Ghalegaon	Homestay communautaire	Sens accru d'identité culturelle Réduction des comportements de caste Renforcement du rôle des femmes Augmentation de l'offre locale Amélioration du niveau de vie Réduction de la pauvreté	
(Acharya et Halpenny 2013)	Népal	Barpak (dans le district de Gorkha de l'ouest du Nepal)	Homestay communautaire	Sens accru d'identité culturelle Réduction des comportements de caste Renforcement du rôle des femmes Augmentation de l'offre locale Amélioration du niveau de vie Réduction de la pauvreté Promotion de la destination	
(Thakuri 2016)	Népal	Lamjung, Tanahu et Nawalparasi	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois	
(Hall 2009)	Nouvelle-Zélande		Homestay	Promotion de la destination Renforcement de l'interaction sociale	
(D. W. Knight et Cottrell 2016)	Pérou	Cuzco	Tourisme	Renforcement du rôle des femmes	
(Guevarra et Rodriguez 2015)	Philippines	Sariaya			Génération de revenus

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(Ranasinghe 2015)	Sri Lanka	Oui	Homestay	Génération de revenus Création d'emplois Augmentation des opportunités d'affaire Renforcement des relations sociales Soutien des femmes par le travail Empowerment pour la femme Opportunités dans l'éducation	
(Tao et Wall 2009)	Taiwan	Oui	Homestay	Création d'emplois Génération de revenus Diversification des moyens de subsistance	
(Kontogeorgopoulos, Churyen, et Duangsaeng 2015)	Thailande	Oui	Tourisme homestay	Génération de revenus Stimulation de l'activité pour d'autres secteurs économiques	
(Shiri 2015)	Tunisie		Homestay	Opportunités dans l'éducation Renforcement de l'interaction sociale	
(Hughes et al. 2017)			Homestay		Opportunités dans l'éducation
(Regmi et Walter 2016)			Community-based ecotourism homestays		Génération de revenus Augmentation des connaissances (capacité pour l'autodétermination, le contrôle et la gestion de l'écotourisme)
(Cohen 2016)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Tourisme ethnique Homestay est une partie (très peu)	Création d'emplois Préservation du patrimoine	
(Dinh et Yos 2013)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Tourisme ethnique (homestay est une partie dans ce type de tourisme)	Génération de revenus Création d'emplois Motivation d'autres secteurs économiques Soutien des femmes par le travail Promotion de l'égalité des sexes Amélioration des conditions de la prise en charge des enfants Préservation de la culture locale Sens accru d'identité culturelle Renforcement de l'interaction sociale Promotion de la destination	

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(T. T. Q. Le et Pinraj 2015)	Vietnam	Dong Hep Hoa (district Cai Be, Tien Giang)	Tourisme (homestay joue un rôle clé sur le terrain)	Génération de revenus Création d'emplois Accroissement de la fierté culturelle Préservation de la culture locale Promotion de la culture locale	
(T. A. Le, Weaver, et Lawton 2016)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Tourisme communautaire (un produit de routes « trekking » responsable et de homestays dans les communes minoritaires	Génération de revenus Opportunités d'emploi Renforcement de l'interaction sociale Opportunités dans l'éducation Amélioration du cadre de vie local	
(Nate-Chei 2011)	Vietnam	Mai Chau (Hoa Binh)	Tourisme ethnique	Génération de revenus Renforcement de l'interaction sociale Accroissement de la fierté culturelle	
(Q. N. Nguyen 2013a)	Vietnam	Delta du Mékong	Tourisme homestay		Génération de revenus Création d'emplois Amélioration du cadre de vie local
(Q. N. Nguyen 2013b)	Vietnam	Delta du Mékong	Tourisme homestay		Génération de revenus Création d'emplois Amélioration du niveau de vie Amélioration des connaissances grâce à des formations
(V. C. Nguyen et Duong 2014)	Vietnam	Delta du Mékong	Tourisme homestay		Génération de revenus Création d'emplois Réduction de la pauvreté Protection de l'environnement Préservation du patrimoine Renforcement de l'interaction sociale Attirer des investissements pour le développement local Promotion de la destination Augmentation de la compétitivité de la destination

Référence	Pays	Terrain	Forme de tourisme	Effets constatés sur le terrain	Effets supposés
(L. H. Pham et Kayat 2011)	Vietnam	Parc national de Cuc Phuong	Projet d'éco-tourisme (Homestay est une partie)	Génération de revenus Création d'emplois Attirer des investissements pour le développement local Augmentation des opportunités d'affaire Amélioration des infrastructures publiques Motivation d'autres secteurs économiques Accroissement de la fierté culturelle Diversification des activités culturelles Préservation de la culture locale Renforcement des relations sociales Protection de l'environnement	
(M. H. Pham et Ju-Hee 2017)	Vietnam	Parc national de Ba Be	Tourisme (homestay joue un rôle important sur terrain)	Génération de revenus Amélioration du niveau de vie Création d'emplois Amélioration des infrastructures publiques Protection de l'environnement	
(T. M. H. Pham et Lam 1999)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Maison des habitants	Génération de revenus Création d'emplois Renforcement de l'interaction sociale Amélioration du niveau de vie Réduction de la tension pour la ressource naturelle	Amélioration des connaissances (compétences dans le commerce)
(Tan Phong 2015)	Vietnam	Tien Giang	Homestay		Amélioration du cadre de vie local Promotion de la destination
(Tran et Walter 2014)	Vietnam	Parc national de Xuan Thuy (Nam Dinh)	Community-based Ecotourism (homestay joue un rôle sur terrain)	Génération de revenus Création d'emplois Soutien des femmes par le travail Promotion de l'égalité des sexes Protection de l'environnement	
(Truong et Hall 2015)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Tourisme (homestay joue un rôle important sur terrain)	Augmentation des connaissances grâce à des formations (compétences commerciales)	Réduction de la pauvreté
(Truong, Hall, et Garry 2014)	Vietnam	Sapa (Lao Cai)	Community-Based Tourism Project (les familles locales organisant des homestays)	Génération de revenus Création d'emplois Augmentation des connaissances (anglais), des compétences commerciales	Réduction de la pauvreté

Annexe 2 : Procédure administrative de gestion des homestays à Vinh Long



Nota :

——→ Gestion forte

- - - -→ Gestion moins forte

Annexe 3 : Carte d'enseignant universitaire

Annexe 4 : Lettre de recommandation

ĐẠI HỌC QUỐC GIA TP.HCM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC
KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN
Số: 350/GGT-XHNV-HCTH

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

TP. Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 7 năm 2016

GIẤY GIỚI THIỆU

Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn giới thiệu:

Ông (Bà): Nguyễn Võ Chấn

Chức vụ: Giảng viên – Bộ môn Du lịch

Được cử đến: UBND huyện Vũng Liêm

Về việc: liên hệ khảo sát thực địa phục vụ lớp ẩm thực 8

Đề nghị Quý cơ quan tạo điều kiện để ông (bà) có tên trên hoàn thành nhiệm vụ.

Giấy này có giá trị đến hết ngày 22/08/2016

TL. HIỆU TRƯỞNG
TRƯỞNG PHÒNG HÀNH CHÍNH - TỔNG HỢP

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

ThS. Trần Nam

Annexe 5 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des autorités locales

Titre de la thèse : les « homestays » dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain (Cas d'étude : île d'An Binh, province de Vinh Long).

Le but de l'entretien :

- Evoquer les politiques de développement touristique, des homestays, leurs relations avec les autres acteurs touristiques ainsi que les impacts des homestays sur le développement humain (aspect économique, socio-culturel et environnemental).
- Connaitre les politiques de soutien du gouvernement local en faveur du développement touristique et des homestays.

Structure de l'entrevue	Questions indicatives	Temps
Introduction	Établir la relation / interaction avec les autorités locales Pouvez-vous me donner des informations vous concernant : temps travaillé dans ce domaine ... Décrivez les domaines dont vous êtes responsable (tourisme, homestay ...)	5'
Discussion 1 Genèse du tourisme homestay	Quel est le contexte du développement touristique, des homestays ? Comment les homestay se sont-ils développés?	10'
Discussion 2 Le rôle du tourisme et des homestays dans le développement humain	Quels sont vos points de vue sur l'importance du tourisme et des homestays pour le développement humain ? Pensez-vous que le développement des homestays a changé la vie de la population locale ? Si oui ? Comment ?	15'
Discussion 3 Vues sur le tourisme, les visiteurs	Que pensez-vous des visiteurs et pouvez-vous les décrire ? En tant que responsable local, qu'apporterez-vous aux visiteurs?	10'
Discussion 4 Enjeux des produits touristiques de Vinh Long aux provinces de la région	Pouvez-vous comparer les produits touristiques, les homestays de votre localité à ceux des provinces voisines ?	10'
Discussion 5 Le rôle des autorités locales	Quelles politiques ont été mises en œuvre par les différents niveaux (planification, recherche, marketing, amélioration des produits, financement, etc.) pour encourager l'engagement des parties prenantes dans le développement touristique locale ? Décrivez Est-ce que les autorités locales ont informé les professionnels du tourisme et la population locale sur le développement touristique local ? Comment ? Quelles politiques ont été promulguées par les autorités pour encourager les gens à participer au développement touristique et des homestays ? Pouvez-vous expliquer. Quelles sont les priorités que vous donnez au tourisme ? (économiques, sociales, environnementales, culturelles, etc.). Pourquoi ?	20'
Les autres commentaires	Tous les commentaires que vous pourriez avoir	5'

Annexe 6 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des entreprises touristiques locales

Titre de la thèse : les « homestays » dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain (Cas d'étude : île d'An Binh, province de Vinh Long).

Le but de l'entretien :

- Connaître leurs stratégies commerciales générales et en particulier vis-à-vis des homestays, leurs éventuelles coopérations avec les propriétaires, les gérants des homestays.
- Identifier les contributions des entreprises touristiques au développement du tourisme local.
- Recueillir les suggestions pour les homestays afin de répondre aux exigences des clients et renforcer les liens entre les entreprises touristiques et les propriétaires des homestays.

Structure de l'entrevue	Questions indicatives	Temps
Introduction	Établir des relations avec les chefs d'entreprise Pouvez-vous me donner des informations vous concernant : temps travaillé dans ce domaine ?	5'
Discussion 1 Stratégies commerciales générales vis-à-vis des homestays	Veuillez décrire les produits liés aux homestays que votre entreprise fournit aux touristes ? Quelles sont les stratégies de votre entreprise vis-à-vis des homestays locaux ? Quels sont les obstacles qui réduisent le lien entre votre entreprise et les propriétaires des homestays ? Quelles difficultés avez-vous rencontrées lors de l'introduction des homestays dans le marché touristique local ?	20'
Discussion 2 Importance des homestays dans le marché touristique local	Quel est votre point de vue sur l'importance des homestays dans le marché touristique locale ? Quels sont les avantages et les désavantages des homestays locaux comparés à ceux des provinces voisines ?	10'
Discussion 3 Vues sur la clientèle	Veuillez décrire la clientèle de votre entreprise ? Quelles sont les caractéristiques des visiteurs ? Comment votre entreprise a-t-elle mesuré la satisfaction de la clientèle ?	10'
Discussion 4 Perspectives des homestays	Comment les homestays se sont-ils développés au fil des ans ? Pensez-vous que les homestays devraient augmenter la qualité de service pour répondre aux exigences des clients ? Quelles suggestions peuvent être faites pour relier les homestays et le développement humain ?	15'
Discussion 5 Supports du gouvernement local pour les entreprises touristiques locales et les homestays	Décrivez la contribution du gouvernement local pour aider votre entreprise à atteindre/approcher les propriétaires des homestays et la clientèle ?	10'
Les autres commentaires	Tous les commentaires que vous pourriez avoir	5'

Annexe 7 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des habitants

Titre de la thèse : les « homestays » dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain (Cas d'étude : île d'An Binh, province de Vinh Long).

Le but de l'entretien :

- Connaître les impacts du tourisme, des homestays sur leur vie, leur famille et leur village (économie, social, culture et environnement).
- Savoir pourquoi ils n'ont pas lancé leur projet dans les activités touristiques.

Structure de l'entrevue	Questions indicatives	Temps
Introduction	Établir la relation / interaction avec habitants Pouvez-vous me donner des informations vous concernant : profession, temps passé dans le village…	5'
Discussion 1 Impacts touristiques, les homestays pour la vie des habitants	Quel est votre point de vue sur les impacts du tourisme et des homestays pour votre vie, votre famille et pour votre village ? (économie, environnement, paysage, culture, …)	15'
Discussion 2 Vues sur les visiteurs	Décrivez vos visiteurs, comment sont-ils ? Avez-vous eu l'occasion de discuter avec des visiteurs ? En tant qu'habitant, que pouvez-vous apporter aux visiteurs ?	10'
Discussion 3 Perspectives du tourisme, des homestays	Pensez-vous qu'il devrait y avoir plus de homestays dans le village ? Souhaitez-vous travailler dans un homestay ? Pourquoi n'avez-vous pas lancé un projet de homestay ?	15'
Les autres commentaires	Tous les commentaires que vous pourriez avoir	5'

Annexe 8 : Fiche d'entretien semi-directif auprès d'intervenants des informations

Titre de la thèse : les « homestays » dans le delta du Mékong (Vietnam) : facteurs de réussite et effets de développement humain (Cas d'étude : île d'An Binh, province de Vinh Long).

Le but de l'entretien :

- Connaître les rôles de la formation pour les participants et leurs retours sur la formation.
- Connaître les actions de formation du gouvernement local.
- Recueillir des suggestions pour le développement des homestays.

Structure de l'entrevue	Questions indicatives	Temps
Introduction	Établir la relation / interaction avec habitants Pouvez-vous me donner des informations vous concernant : expérience, durée et travail dans le poste d'intervenant des informations	5'
Discussion 1 Contenus des formations	Depuis quand participez-vous aux formations de la province ? Quels sont les principaux sujets que vous donnez aux formations ?	15'
Discussion 2 Retours des participants sur la formation	Veuillez décrire les participants de votre formation ? Les participants ont- ils des retours après les formations ?	15'
Discussion 3 Organisation des formations	Quels sont les avantages et les inconvénients dans l'organisation des formations ? Quel rôle le gouvernement local joue-t-il pour les formations ? Quelles suggestions avez-vous pour améliorer les formations ?	10'
Discussion 4 Suggestions pour les homestays locaux	Que pensez-vous des homestays de Vinh Long ? Quelles suggestions avez-vous pour le développement des homestays de Vinh Long ?	10'
Les autres commentaires	Tous les commentaires que vous pourriez avoir	5'

Annexe 9 : Extraits d'entretien (RP.02-Mme Binh)

Je suis née en 1978 à Ben Tre, une province du Delta du Mékong. Après mes études secondaires à Ben Tre, je suis allée à l'Université de Can Tho. Diplômée en langue étrangère à l'Université de Can Tho en 1999, je retournai à Ben Tre pour chercher du travail. Mais à l'époque, le tourisme style hébergement chez l'habitant ne s'y était pas encore développé. Alors, j'allai à My Tho pour trouver un emploi. Malheureusement, la plupart des agences étaient publiques et c'était difficile d'avoir un poste sans relations. J'avais une cousine qui travaillait à Vĩnh Long. Je m'y rendis et posai ma candidature à l'agence de voyage Cuu Long. Embauchée, je travaillai en tant que guide touristique pour cette agence de 1999 à 2005. Mon futur mari y travailla également. Nous nous sommes mariés en 2002. En 2005, l'agence de voyage Cuu Long fut transformée en société par actions, nous la quittâmes pour nous mettre à notre compte. Au début, nous avons eu des difficultés de trésorerie, un manque d'expérience, des problèmes de personnel…Nous devions tout faire par nous-même : gérer, trouver les touristes, des partenaires réguliers. Nous devions aussi faire face à la concurrence des agences locales installées depuis longtemps sur place avec leur prestige et leur marques réputées. Pourtant, avec notre volonté et notre passion, nous continuâmes notre affaire au début avec seulement cinq bateaux de tourisme fournis par de notre famille.

Mon mari est également originaire de Vĩnh Long où l'ouverture des homestays est ancienne, c'était même la première province de homestay au Việt Nam. En 2009, j'ai construit mon premier homestay avec comme particularité : des toilettes à l'intérieur. De nombreuses critiques s'élevèrent « les toilettes ne sont pas indispensables à l'intérieur. Les touristes doivent s'adapter aux conditions de vie des autochtones ». Ce n'est pas mon avis. En réalité, on rencontre diverses catégories de touristes : à côté des routards, on trouve d'autres touristes appartenant à des familles aisées. Moi, je souhaite que les touristes puissent avoir un espace privé et agréable pour se reposer, après une journée de voyage, pour continuer leurs activités au sein de la famille d'hôte. Le homestay disposant de moins de confort que les hôtels et palaces, il faut créer un espace gracieux pour attirer les touristes. Pour moi, des toilettes intérieures en font partie.

Les touristes ont séjourné dans plusieurs homestays et dans différents hôtels du Nord au Sud, mais ils préfèrent mon homestay, en particulier, le dernier créé, plus commode que le premier : des chambres individuelles avec haut plafond fermé empêchant les insectes ou serpents d'y pénétrer, sources d'appréhension des touristes. Malgré les critiques de plusieurs personnes qui trouvent mon homestay trop luxueux, pour moi, l'essentiel est de maintenir la notion de home (maison), quant à celle de chambre, on pourrait la faire varier différemment…homestay pour défavorisés, pour riches, homestay style antique…Grâce à cette idée un peu originale, mon homestay attire l'attention de nombreux groupes. La plupart des tours opérateurs connaissent le homestay de Út Trinh, participant ainsi au succès et au développement de mes affaires.

Il nous faut bien comprendre le goût et la demande des touristes. On est en 2018, j'ai déjà beaucoup de réservations pour 2019. Des clients ont commandé une série de séjour chez moi pour la revendre à d'autres. J'en suis ravie. C'est pourquoi, il me faut investir avec méthode pour ne pas perdre de clients. Je sais préparer différents plats avec les poissons aux oreilles d'éléphant. Certains étudiants étrangers les aiment bien. Ils peuvent les manger pendant 10

jours sans se lasser. C'est une réussite et un bonheur pour moi. Les repas sont très importants. Par ailleurs, les touristes peuvent faire la cuisine avec ma famille. Alors, nous devons avoir de l'expérience et des connaissances culinaires.

Dans mon homestay, les voyageurs peuvent devenir « địa chủ » (propriétaire terrien) pendant une journée. Ce programme les aide à comprendre la vie quotidienne des propriétaires terriens d'autrefois. Ils séjournent dans la maison antique, sont servis à manger, à boire, vont se promener, etc… grâce à nos employés. Je souhaite qu'ils puissent deviner et comprendre un peu la société ancienne au Việt Nam. Mais ce programme n'est pas très populaire.

Tous les ans, j'invite mes partenaires - agences de voyage, guides - à venir visiter et passer un séjour dans mon homestay pour qu'ils comprennent bien nos produits et nos activités. A leur retour, ils apprécient beaucoup et amènent leur famille en voyage chez nous. Les membres de leurs familles adorent aussi cet endroit. A leur tour, ils en parlent à leurs amis et collègues. De fil en aiguille, je reçois de plus en plus de touristes vietnamiens chez moi. Ces deux dernières années, j'ai limité au maximum 20 personnes par groupe. La plupart des touristes vietnamiens sont citadins, c'est pourquoi, ils aiment beaucoup découvrir la vie à la campagne pendant leur voyage.

En plus, j'ai aussi des partenaires étrangers. Il y a un certain temps, ils ont visité mon homestay et ils me connaissent bien. Depuis longtemps, des agences de voyage organisent des programmes touristiques pour les étudiants étrangers dans mon homestay. Par exemple, à Singapour, dans leur cursus universitaire, les étudiants doivent faire des stages à l'étranger. A leur arrivée, je leur ai suggéré de participer à des activités sociales d'ici : aider à construire des routes, des ponts, à réparer des écoles… etc. Maintenant, j'accueille de nombreux groupes de touristes étrangers étudiants français, anglais, australiens….

Je ne vends pas beaucoup sur Booking.com ou à des touristes organisant eux-mêmes leur voyage et qui cherchent des séjours à bas prix. Seuls ceux dont les amis étaient déjà venus chez moi et en ont parlé autour d'eux, acceptent mes tarifs. Pour moi, le succès ne réside pas dans le fait que les mêmes étrangers reviennent ici, mais qu'ils fassent de la publicité une fois rentrés chez eux, source d'inspiration pour que d'autres personnes cherchent à les imiter. Par exemple, moi, j'ai visité Singapour, la Thaïlande, je ne voudrais pas y retourner, je préfère visiter Dubaï ou une autre ville. Une fois que j'aurais visité partout, j'y retournerais peut-être. Donc, je pense que les touristes sont pareils. S'ils sont déjà venus au Việt Nam, ils choisiront un autre pays comme le Laos, la Thaïlande ou le Cambodge, le fait qu'ils reviennent encore chez nous s'avére difficile. J'ai lu certains articles dans les journaux évoquer le fait que les touristes visitent le Việt Nam une seule fois et pas deux, faute entre autres de mauvais souvenirs de leur séjour…Je ne suis pas d'accord avec cet avis. Je suis plus optimiste. Je n'ai pas besoin de leur retour. Mais si leurs amis, leurs familles viennent à leur tour, alors nous avons réussi. En réalité, ils aiment bien ce type de homestay, vu leurs commentaires sur tripadvisor ou mes sites web : de leur séjour du Nord au Sud, mon homestay est le meilleur endroit de leur voyage.

En général, les premières difficultés d'un entrepreneur sont le capital, l'expérience et la ressource humaine. J'ai fait le premier homestay avec le budget familial, je ne me souviens pas combien j'ai investi. Le coût était peut-être de 1 ou 2 milliards de dongs. Le dernier homestay, le plus grand homestay a coûté environ 5 milliards de dongs. […]. Je l'ai payé avec mon propre

capital. Je n'ai pas fait de dette à la banque. J'ai investi petit à petit comme le roulement des nattes.

Actuellement, la chose la plus difficile concernant le homestay est celle de procédures d'établissement car un homestay demande au moins de 7 certificats qu'il est difficile de fournir par les habitants. Par exemple : les chambres, la cuisine, la réception, la sécurité alimentaire, les hygiènes environnementales, la sécurité sociale, les préventions et luttes contre le feu…tous les critères sont identiques à ceux des hôtels : il faut tout apprendre. En fait, tous ces documents apportent des avantages à la fois aux touristes et à nous-mêmes. Les partenaires touristiques au Vietnam nous demandent aussi des critères. Par exemple : ils nous demandent de présenter les compétences de préventions et de luttes contre le feu, ou les connaissances sur la sécurité alimentaire. Mais à mon avis, ces procédures sont compliquées. Pour les habitants et la plupart des gens, homestay est tout simplement le fait que les touristes vivent et mangent avec les habitants. Or, les régulations sont trop sévères.

En gros, pour réussir, il faut disposer de plusieurs éléments. L'argent n'est pas le plus important, si on en a, tant mieux, sinon, ce n'est pas si grave. J'ai démarré avec seulement 5 bateaux, sans aucun homestay, je m'occupai de tout moi-même, étape par étape. Ce qui est le plus important, c'est d'avoir le cœur et la passion. Par exemple : on ne peut réussir que si on est passionnée par ce qu'on fait. On fait de la recherche en ayant bien sûr certaines connaissances. Par rapport à certaines personnes âgées dans cette région, je suis mieux placée qu'elles, au niveau langues étrangères, connaissances, possibilités de voyager partout pour acquérir d'autres expériences et les appliquer chez moi. Sinon, comme les agriculteurs, ils n'en font qu'à leur tête. Au début, j'essayai de faire passer certaines de mes idées à d'autres familles, malheureusement, leur réponse fut : « Ma maison est comme ça, si elle ne vous plait pas, tant pis ». Devant un tel aveuglement, impossible de collaborer sans les critères exigés correspondant aux besoins de mes clients. Finalement, je suis obligée de tout faire moi-même. D'une part, on doit avoir une maison traditionnelle et d'autre part, on doit améliorer l'intérieur de la maison afin de répondre aux besoins des touristes. On doit montrer les parties importantes de la maison aux touristes. On ne peut pas faire comme les paysans.

En 2009, nous avons ouvert notre premier homestay, je ne me rappelle plus exactement le coût, environ 1 milliard ou deux. A présent, nous en avons 3 en activité : Ut Trinh a 14 chambres, Ut Binh 11 et Ut Quynh 18. Au total, 43 chambres. Pour le plus récent, Út Quỳnh, on a investi environ 5 milliards dongs. Les trois, ensemble, peuvent accueillir de 80 à 100 touristes et un autre est en construction à Binh Dai, Ben Tre. Cependant, différent de l'hôtel, le homestay n'est pas toujours plein. Un exemple : si nous accueillons un premier groupe de 20 ou 30 personnes, nous ne pourrons pas en recevoir un deuxième dans la même maison, mais le diriger vers une autre, leur assurant ainsi une certaine indépendance, un certain confort leur donnant l'impression d'être chez eux, dans une maison à part. En incluant le tour opérateur, nous avons en tout plus de 100 employés dont environ 25 dans le service des chambres, cuisines, restaurants, jardinage et maçonnerie pour les 3 homestays, sans compter un groupe de 6 artistes pour le théâtre rénové. En fonction de la performance de chacun, le plus faible revenu mensuel est d'environ 3 millions dongs/personne pour un travail de jour, et plus de 7 millions pour un travail supplémentaire la nuit. En comparaison avec les voisins travaillant

dans les autres domaines, éplucher les longanes par exemple, leur salaire mensuel n'est que de 2 à 2,5 millions/personne.

Les activités liées au homestay sont bénéfiques aussi bien pour les touristes que pour les habitants : les premiers peuvent faire connaissance avec les villageois, discuter avec eux. Ils apprécient beaucoup ce genre d'échange, inexistant dans les hôtels. Pour les habitants du village, c'est bénéfique pour tous, qu'ils travaillent ou pas dans les homestay. Par exemple, pour les travailleurs dans les homestays, en particulier les femmes, en 5 à 10 minutes à pieds, elles arrivent sur leur lieu de travail. Elles ont un salaire et du temps pour s'occuper de leurs enfants. Pour les fêtes, celle de mi-automne, nous organisons des réjouissances pour leurs enfants. Tous ceux du village sont également invités, pour partager la soirée avec les touristes, recevoir des cadeaux, lanternes, gâteaux, lait…A vrai dire, la plupart des femmes s'occupent de leurs foyers, des repas, des enfants…n'ayant pas tellement de relations avec l'extérieur. Une fois salariées dans les homestay, elles ont l'occasion de rencontrer des clients, d'acquérir de nouvelles connaissances. Par exemple : elles font plus attention à leurs toilettes, savent mieux communiquer. Elles se rendent compte que leurs enfants reçoivent une bonne éducation quand ils viennent dans les homestay pour les fêtes. De retour dans leurs foyers, elles essaient de l'appliquer : ne pas jeter les déchets par terre mais dans une poubelle, éviter les gros mots…J'ai constaté une amélioration dans le comportement des gens. En particulier, chaque année, nous leur organisons un voyage de découverte dans le pays. En général, avec un meilleur salaire, des conditions de travail confortables, des occasions de rencontrer des gens au cours des voyages, nos salariés ont plus de chance que leurs voisins du village. Par ailleurs, en cas de besoin, je fais appel à leur service pour transporter les clients sur leur scooter, leur permettant de gagner un peu plus par rapport à leur gain quotidien. Il y a un homme qui travaille pour moi depuis 10 ans. Il y a aussi un réparateur de vélo qui gagne au maximum 100 mille dongs par jour, les cyclistes étant moins nombreux, mais je peux le payer au moins 200 mille dongs par jour.

Dans cet homestay, 90 % des clients sont étrangers, avec un sens élevé dans la protection de l'environnement. Ils ne jettent pas les déchets partout comme la plupart des Vietnamiens. Il m'est arrivé d'organiser des sorties pour ramasser les déchets le long des rivières ou des canaux. Cela fait honte à beaucoup de Vietnamiens qui ne jettent plus leurs déchets dans le fleuve. Personnellement, j'ai fait des études sur l'environnement, et j'ai participé au programme de mobilisation avec les agents de protection environnementale. Concernant les activités sociales, j'invite des groupes volontaires à participer aux diverses tâches : construction de maison, réparation d'école… il y a des groupes qui viennent en visite, de retour chez eux, ils nous présentent aux autres groupes ou eux-mêmes qui retournent ici pour aider les habitants. Prochainement, j'aurai un groupe d'ophtalmologues qui va venir pour examiner gratuitement les yeux. Ils vont faire des examens, distribuer des lunettes, voire effectuer des opérations chirurgicales, complètement sans frais pour les villageois. J'ai accueilli des groupes d'étudiants venus offrir des cadeaux aux élèves et aux défavorisés du village. Chaque cadeau coûte un peu plus de 200 mille dongs contenant du sucre, du lait… Depuis 2010, nous avons accueilli plusieurs groupes d'étudiants de France, Hongkong, Singapour, Canada, Dubaï…mais la majorité, ce sont les Australiens qui sont restés pour aider les habitants : 10 à 20 groupes par an. Certains reviennent tous les deux ans. Généralement ils aident les habitants de 3

provinces : Vinh Long, Bên Tre et Trà Vinh. Selon les années : construction de plus de 10 maisons, voire 20 maisons avec une toiture en tôle, un plancher en carreaux locaux, des murs en brique, de dimensions, 4m de large sur 10-12m de long. Ils subventionnent 40 millions dong par maison, avec participation aux constructions par les bienfaiteurs. Les bénéficiaires ajoutent 10 à 20 millions dongs. Moi-même je participe aux achats des meubles selon les besoins. Chaque propriétaire d'une telle maison de cœur reçoit en plus 2-3 millions dongs.

Dans certains hameaux au fin fond de la campagne, les enfants ne pouvant pas aller à l'école en ville, vont dans celles de leurs hameaux. Ces dernières sont dans un état très délabré et laissées à l'abandon. Alors, je collabore avec des groupes de touristes, pour venir sur place, peindre, réparer, changer les briques, construire des foyers permettant aux élèves d'y bruler des déchets divers. Ces foyers ressemblent au modèle de ceux au poste d'infirmerie communale. Les toilettes sont aussi un élément très important, la plupart des écoles communales ne s'y intéressent pas beaucoup, alors, elles sont très sales. Nous venons réparer l'installation, refixer le système des tuyaux pour qu'il soit plus propre. Les enfants en ont pris conscience. Lors de notre prochaine visite, on a trouvé ces installations plus propres. Pour réaliser un tel travail, il nous fallait envoyer un courrier à l'Association provinciale de l'Amitié pour demander leur accord. Grâce à ces contributions, en 2017, mon homestay est qualifié selon le standard d'ASEAN. Dans tout le pays, Il y a au total 3 homestays qualifiés dont deux à Sapa (au Nord) et le nôtre au Sud. Outre les principales normes de l'ASEAN sur les homestays, le critère le plus apprécié obtenu par mon homestay repose sur le support de la communauté, créant des emplois aux habitants, contribuant à la protection environnementale, afin qu'ils profitent d'une meilleure vie.

On peut dire qu'à l'heure actuelle, notre famille va bien, sur les plans matériel et spirituel. Comme mon mari travaille aussi dans le tourisme, nous vivons dans une bonne compréhension mutuelle avec nos deux enfants sages et studieux. On se répartit les tâches entre nous : moi, je suis responsable des affaires extérieures dont les tours, les tarifs… lui, il est directeur du tour opérateur, mais il fait aussi les courses tous les jours, fait la cuisine, prend soin de la maison, effectue les projets, suit les constructions…tout ça c'est son domaine. Dans la tradition vietnamienne, la femme s'occupe des tâches ménagères, mais c'est un peu le contraire chez nous. On fait selon nos compétences. Il est très bon cuisinier, et moi, une excellente mangeuse (rire). Nous avons deux enfants. Notre fils, 15 ans, est lycéen (il est en seconde) aux États-Unis. Notre fille est en CM1 dans une école primaire à Vinh Long. C'est mon mari qui a eu cette d'idée d'envoyer notre fils faire des études à l'étranger. Il y a pensé dès le début de notre mariage, mais pas moi. Plus tard, disposant de plus de moyens, j'ai été d'accord avec mon mari, d'autant plus que notre fils en est capable ; il est de nature autonome. Il a obtenu une bourse pour les frais scolaires, restent à nos charges ceux d'hébergement, de nourriture et autres. En travaillant dans le tourisme via le homestay, nous avons eu l'occasion de voyager en Thaïlande, Singapour, Malaisie, Cambodge et récemment, on était aux États-Unis.

Annexe 10 : Extraits d'entretien (RP.06-M. Nam)

Je suis issu d'une famille d'agriculteurs. Mes parents le sont de longue date. Nous cultivions des légumes et des céréales selon les saisons, surtout les choux, parfois les fleurs à l'approche du Têt, la fête traditionnelle du nouvel an vietnamien. Mon père est un excellent cultivateur. Du côté paternel, on est une famille nombreuse d'une centaine d'enfants et petits-enfants, mais aucun n'a fait d'études universitaires. Notre famille a 5 enfants. La benjamine avait fini le lycée sans avoir eu son baccalauréat. Quand j'ai grandi, mon père m'a aidé à continuer mes études, mais faute de moyens financiers, les enfants n'ont pas pu aller à l'école comme leurs camarades.

Nous avions un petit kiosque au marché et nous préparions en plus de la glace à la maison. C'est pourquoi dès la classe de CM2, j'aidais déjà ma famille. Le matin à l'école, l'après-midi en vendant la glace dans la rue. Au collège, c'était pareil : une demi-journée à l'école, l'autre moitié à la maison, aidant mes parents dans la culture maraîchère, ou dans la rue, vendant des cornets de glace. Je me levai à 4 heures du matin pour aller acheter des barres de glace au marché, puis j'aidais mon père à préparer des cornets de glace pour les vendre ensuite dans la rue, comme les marchands de billets de loterie de nos jours. La première tournée vendue, je rentrai en chercher d'autres. Parfois, Il m'en restait encore mais c'était l'heure, il me fallait rentrer pour aller à l'école. Après le collège, j'ai arrêté mes études pour aider mon père dans ses diverses activités : pisciculture, culture maraîchère, horticulture, vendeur de glaçons…la situation économique de la famille restant encore très défavorisée. Je me levai à 4h du matin, allai acheter des barres de glace pesant presque 50 kg chacune. Gamin, je faisais tout mon possible pour les porter sur mon épaule. Parfois, en marée basse, le bac ne pouvant accoster, j'avais du mal à les faire atterrir. Arrivé à la maison, je les partageais en glaçons, puis les transportai sur mon vélo pour aller les livrer aux petits commerçants et particuliers qui en voulaient. Quelle misère ! La vie était vraiment trop pénible à l'époque ! Mes mains, pieds et ongles étaient en très mauvais état, restant en contact en permanence avec la gadoue et le froid des blocs de glace. Et pourtant, on ne gagnait pas grand-chose : quelques milliers de dongs pour une barre de glace vendue. Mais nous nous y sommes résignés, ne sachant rien faire d'autre, comme si les bonnes occasions nous manquèrent. Peu d'occasion pour gagner sa vie convenablement ! Issus de famille pauvre, on ne savait que travailler. Même les camarades de classe, enfants de familles aisées, nous ignoraient complètement. Voire même de nos jours, il existe deux classes sociales, les riches et les pauvres qui ne se mélangent pas entre elles : le complexe d'infériorité ! Si on sortait avec nos camarades des familles aisées, leurs parents n'étaient pas contents. On fait partie du groupe des familles d'agriculteurs. Les autres ne se mélangent pas à nous.

Après, j'ai été apprenti en coiffure, puis en orfèvrerie et enfin réparateur d'ordinateurs. Je travaillais très dur, sans pouvoir améliorer ma situation. Ces métiers exigent du temps d'attente, de service, la dépendance vis-à-vis des clients… Du coup, j'ai démissionné et devins salarié chez les particuliers – conducteur de bac à l'agence de voyage de Cuu Long. Dès l'enfance, je conduisais le bac, très petit, sans le permis de conduire. Ma sœur m'accompagnait. Nous le conduisions jusqu'à ce que j'ai l'âge pour tenir le volant, et donc, après elle m'a quittée pour faire autre chose. A partir de là, je gagnais mieux, car je travaillais non seulement pour la compagnie touristique de Cuu Long, mais encore pour moi-même en

conduisant les autres touristes. Mes amis ne travaillaient que pour la compagnie touristique tandis qu'on pouvait en gagner un peu plus pour les autres touristes : deux ou trois fois plus. En ce temps-là, j'avais du surplus grâce aux trajets d'autres touristes. En général, nous nous partagions les avantages : les touristes recevaient un prix favorable par rapport à celui de la compagnie touristique, je gagnais du surplus, et voilà. Moi, je travaillais tellement dur que je me considérais comme le meilleur conducteur de bac là-bas. J'allais à n'importe quel endroit où ils voulaient venir. Je venais même à Ca Mau, Bac Lieu, Soc Trang, dans les 13 provinces du delta du Mékong. Il n'y a personne qui puisse le faire. Je conduisais le bac chaque fois qu'on me le demandait en me récompensant. Personne ne pouvait me suivre. Tout ce que j'ai gagné, je l'ai donné à ma mère.

A l'époque, ma famille continuait l'élevage des poissons dans les paniers portés par des radeaux, sur les fleuves. Parfois les poissons mouraient, j'allai les chercher à 19 heures ou minuit, puis les vendais à 1 heure. A 7 heures du matin, je conduisais le bac. Faute de sommeil, je conduisais le bac dans un état second. Chaque fois que les touristes descendaient visiter à terre, je profitai pour faire un petit somme. C'était pénible. La pire période avec cet élevage de poissons ! Je me mis à me poser des tas de questions, perdant dans la foulée 9 kg, de 59 à 50 kg, n'ayant pas le temps de dormir la nuit à cause des poissons, le jour, conducteur de bac. Et quand il faisait trop chaud, pendant ma pause de midi, je rentrai à la maison aider mon père à arroser les légumes, sinon ils seraient morts de sécheresse. Je bossais très dur mais arrivai à peine à boucler les fins de mois. Il suffisait d'un événement inattendu pour qu'on fût dans le manque. Par exemple : un membre de ma famille tomba malade ou quelque chose d'autre. C'est pourquoi j'étais conducteur de bac le maximum de mon temps libre. Autrefois, je ne rêvai jamais d'un bon scooter Honda en ma possession, je souhaitai seulement que notre famille puisse manger à sa faim. Comme si nous avions faim tout le temps. Voire même bien réfléchir avant de manger quelque chose, alors, le voyage, n'y pensons pas ! Dans ma tête, des repas, que des repas ! Et puis, l'avenir, pas un sou pour me marier même si j'en avais envie.

Après plus de 10 ans au service de l'agence de voyage de Cửu Long, je me rendis compte que ma vie ne changerait jamais si je continuais ainsi. Un jour, après avoir fait passer les touristes sur mon bac, je sentis mon envie de me lancer dans les affaires. Ma famille étant encore très défavorisée, si tous les membres de la famille participaient avec moi dans les affaires, elles pourraient se développer plus facilement. Alors, je décidai de démissionner pour ouvrir ce homestay. Personne chez moi ne me fit confiance. Simple raison, aucun ne parlait anglais, comment on pourrait ouvrir un homestay ? Selon eux, il fallait le faire d'une manière grandiose et pas rudimentaire comme nous serions obligés de le faire. Mais finalement, je les ai convaincus « ce n'est pas grave, on va commencer petit puis on se développera avec le temps, en imitant les autres ». Je pensai que c'était la seule façon pour gagner plus d'argent, avec la participation de tous les membres de ma famille. Si j'étais seul à travailler pour une agence, je serais seul à avoir un salaire alors qu'en ouvrant un homestay, mes parents pourraient en gagner un aussi et nous pourrions améliorer plus vite notre situation. Avec mon idée « pour réussir, il faut souffrir » je continuai dans cette voie.

J'avais travaillé pour l'agence Cuu Long pendant 10 ans disposant ainsi d'une petite économie, me permettant de me marier. Et je quittai l'agence Cuu Long. En 2010, ouverture officielle de mon premier homestay. En 2010, il y a eu de l'électricité, mais pas l'eau potable. J'ai demandé

à ma mère de pouvoir gérer un homestay. J'ai séparé notre maison en 4 parties, acheté des lits sur lesquels j'étendais des nattes, j'ai construit des toilettes sur laquelle nous nous tenions accroupis, ce qui n'était pas facile pour les touristes à utiliser. Je continuai à conduire le bac tout en gérant mon homestay en même temps. Ma connaissance en anglais fut limitée aux salutations. Et je commençai à étudier l'anglais. Je travaillai et étudiai en même temps. Je continuai à étudier pendant 2 ans. J'insistai sur la grammaire, j'achetai des cassettes pour apprendre. Dans la journée, je travaillai avec les touristes et j'imitai leur accent, je répétai puis je commençai à maîtriser peu à peu l'anglais.

Dès le début du homestay, seuls les touristes individuels à Vĩnh Long m'intéressèrent. La première fois, je rencontrai un couple et l'amenai chez mois. 30 jours après, un autre couple ayant connu le premier était venu chez moi aussi. Ils avaient montré ma photo sur le quai pour demander mon adresse, moi-même ne disposant ni de téléphone portable ni d'Internet. Quand j'étais passeur de bac, je travaillai en pleine immersion dans le milieu touristique. Je faisais attention aux besoins des touristes et je cherchais à comprendre leurs désirs. Je ne parlais pas anglais mais je comprenais quand même. J'attirai leur sympathie. Certains d'entre eux cherchèrent à me revoir le lendemain après avoir été guidés par moi la veille. J'étais très efficace dans mon travail. En tant que passeur, je retins des leçons pour moi. Quand je voyais de beaux paysages ou des endroits paisibles, je les gardai dans un coin de ma tête, pour les montrer après aux touristes qui les apprécièrent beaucoup. Vous voyez ces deux maisons, je les ais construites moi-même.

Au début, j'avais plein de difficultés. À ce moment-là, j'avais une petite maison et je le faisais de manière limitée. Toutefois, c'est mon propre budget et je n'ai pas emprunté. Après 3 ou 4 ans, ayant plus d'argent, j'ai fait le deuxième. Nous étions agriculteurs qui ne connaissions pas parfaitement les procédures administratives ; alors, un employé nous conseillait un document, puis un autre nous conseillait un autre document. J'ai eu besoin de 18 mois pour accomplir ces procédures. Nous avons tout fait nous-mêmes sans bénéficier d'aucun conseil d'autrui. Les courtiers du marché de Vinh Long nous pressaient beaucoup. C'étaient des gangs de drogués, prenant des cimeterres pour nous faire peur. […] Ce qui nous a tellement terrifiés que je voulais abandonner. Ma famille me conseillait d'arrêter pour conduire le bac ou cultiver des légumes et des choux. […] Ma femme me demandait d'arrêter aussi. […] Mais j'ai progressivement continué. Je ne savais plus quoi faire. Par exemple, pour moi, c'était de 12$, mais pour les courtiers, c'était 20$ dont le bonus était à eux. […] Heureusement, j'ai un ami qui est policier. Je lui ai demandé : « Comment dois-je faire avec les courtiers ? », et il m'a répondu : « Téléphone-moi une fois que tu viens à Vinh Long ». Puis je suis allé à Vinh Long et je lui ai téléphoné. Il m'a aidé à arranger cette affaire. « C'est difficile pendant un ou deux ans. Mais maintenant, les touristes commandent sur Internet : certes, je dois venir à Vinh Long pour les recevoir parce que j'ai peur que les taxis les amènent à d'autres homestays.

Quant à moi, je ne signai aucun contrat avec les agences. Nous faisons tout nous-même. Je constatai que les homestays comme Mai Quoc Nam, Muoi Day, Ba Hung, Nam Thanh, Bay Thoi, … furent aidés par les agences de voyage locales : Cuu Long, Mékong ou Vinh Long, celles de Saïgon ou des guides à Saïgon. Vu leur dépendance vis-à-vis de ces agences ou guides, leurs relations pourraient être plus ou moins bonnes. Ils ne pouvaient recevoir que des touristes envoyés par ces agences, sans avoir aucun droit d'accès aux clients sans accompagnateurs. Ils

furent obligés de respecter ce terme de leur contrat. Ces agences vendirent très cher des chambres, mais elles ne payèrent pas bien les propriétaires des homestays. Alors, M. Muoi Day ne les apprécia pas. Un exemple : les agences lui envoyèrent 2 ou 3 touristes, pour juste environ 300 000 VND par personne, il décida alors d'augmenter le prix des boissons, entrainant un refus des touristes étrangers. Il vendit ses boissons en dollar : 2 dollars pour une bière, 1 dollar pour une bouteille d'eau ou de boisson non-alcoolisée, prix acceptable à la rigueur par les groupes, mais pour les routards « Tây ba lô », c'était trop cher.

Avant, les clients étaient surtout des « Tây ba lô ». Tous les jours, je conduisis mes enfants à l'école à Vinh Long. J'y faisais les courses et cherchai les touristes pour leur présenter mon homestay. Je partais vers 10 heures. Les « Tây ba lô » arrivaient souvent très tard à Vinh Long, vers 20 ou 21 heures. Je collaborai avec des chauffeurs d'autobus Saïgon – Vinh Long. En présence des étrangers, ils me prévinrent, puis à moi de jouer. Je m'approchai des touristes, leur proposai des « xe ôm » (chauffeurs de moto) pour les conduire chez moi. Ces chauffeurs de moto touchèrent une commission en fonction des résultats (le client choisit de rester ou pas chez moi). Maintenant, je vends aussi les chambres sur Internet via des sites comme booking.com, agoda.com ou par courriel…

En général, il faut saisir les idées et besoins des touristes pour connaître leur goût et leur faire plaisir. Parfois, ils n'aiment pas quelque chose mais ils ne le disent pas immédiatement. Une fois rentrés chez eux, ils envoient un courriel. Il nous faut identifier nos points faibles et les corriger. Par exemple, ils veulent connaître notre vie quotidienne ou nos plats gastronomiques. Donc, nous devons essayer de leur montrer nos activités de tous les jours. Quand mon père était encore en vie, il s'occupait de son jardin potager et les touristes venaient ramasser les divers légumes, du maïs … Ils appréciaient beaucoup ce genre d'activités. Puis on allait pêcher. Après le décès de mon père, je n'avais pas le temps pour continuer ces activités pour les touristes. Maintenant je voudrais créer plus d'activités pour mon homestay. Comme avec ce potager, on n'aurait pas eu besoin d'acheter des légumes ailleurs. Les poissons, on en a des quantités. Avant, j'allais souvent à la pêche. Maintenant, je suis trop pris par le temps, mais je vais m'organiser pour le faire de nouveau.

Quand j'économise un peu d'argent, je cherche toujours à acquérir de nouvelles connaissances. En 2017, le Service de la Culture, du Sport et du Tourisme de la province a organisé un tour à travers le Việt Nam, un séjour de 11 jours, 10 nuits pour les agences de voyage. Je payai 9 millions VND. C'était pour moi l'occasion de visiter les sites touristiques connus comme Sapa (Lao Cai), Bac Giang, Ninh Binh, Nghe An, Quang Binh, Hué, Nha Trang, Phan Thiêt et Dong Nai… Mon objectif fut de visiter les homestays qui avaient réussi pour les imiter. Malheureusement, ce voyage ne m'a pas permis d'apprendre grand-chose : les homestays au Nord et au Centre étaient différents du mien. Chaque région avait sa propre façon d'organiser son homestay, et ceux-ci étaient comme une auberge installée en ville et non pas à la campagne. Ce n'est pas ma vision d'un homestay. Ce voyage dura seulement 11 jours mais avec beaucoup de visites, donc impossible d'apprendre en profondeur quelque chose de nouveau. Je découvris quand même la cuisine, avec des plats intéressants. Par exemple, nous ne mangeons pas de la salade à base de jacquier, jeune jacquier avec poisson sec ou crevette sèche, mais les gens du Nord préparent très bien ce plat. Par ailleurs, j'eus l'occasion de voir

beaucoup de beaux paysages. Dommage que les échanges entre les organisateurs et les grands partenaires de voyage ne nous furent pas accessibles.

Maintenant, les gros homestays ne sont plus comme autrefois. Les clients cherchent de la qualité. J'ai l'intention d'aller voir Coco Riverside Lodge, parce que j'ai acheté un terrain à côté de la rivière. J'étudie leur façon de faire et je vais m'en inspirer en ajoutant plusieurs activités pour les touristes. Par exemple, vu que mon homestay se situe près de la rivière, je pourrais organiser de la pêche ou l'installation de filets. Les touristes pourraient y ramasser des poissons. Tendre le filet à cet endroit est aisé. J'aime bien tendre le filet. Avant, je pratiquai souvent cette activité et j'en attrapai beaucoup de poissons, dont certains furent vendus. Je faisais de la pisciculture, et j'installai des radeaux pour les gens. J'aime beaucoup la pisciculture, j'ai encore des cannes à pêche à la maison. Mais ce métier n'intéresse plus grand monde. J'ai l'intention de faire installer une piscine, mais je n'en suis pas sûr. Largeur 4m, longueur 6m, profondeur 2m. Pour les touristes. En été, il fait trop chaud. Les familles avec des enfants adorent un tel environnement. Je m'en rends compte.

Actuellement, une nouvelle maison en bois comme celle du homestay de Bay Thoi coûte 500 ou 700 millions dongs. J'ai acheté cette ancienne maison en bois pour 50 millions dongs. Au début, le propriétaire ne voulait pas la vendre car il l'aimait bien mais leurs enfants ont construit une grande maison en béton de l'autre côté. Donc, il a fini par me la vendre. Je l'ai acheté car d'une part, je l'aime bien ; d'autre part, les touristes apprécient les maisons en bois. J'y pense. En général, l'architecture d'un homestay doit être dans le style traditionnel de « miền Tây », j'ai construit cette maison sous la forme de 3 pièces, 2 dépendances. C'est le vrai style de « miền Tây ». Et ce terrain coûte au marché environ 300 millions. On sait que nous voulons ouvrir un homestay, alors on nous fait payer plus cher. Et il nous faut accepter de l'acheter 500 millions. Pour nous, ce terrain est pourtant de grande valeur mais ils ne l'utilisent pas car il est trop bas. […] Il me faut investir des machines pour le rendre plus élevé, sinon il sera toujours inondé. Il se situe au bord du Mékong, en face de la ville de Vinh Long. Il donne sur la route, ce qui est une belle vue. Il est intéressant d'y mettre une chaise pour contempler la vue ou de pêcher. Ce qui est formidable, c'est qu'il est indépendant et ouvert. ...Ce terrain est inestimable.

Depuis l'ouverture du homestay, ma santé s'améliorait. Maintenant, je pèse plus de 60 kilos. Les cinq membres de ma famille ont tous du travail. Ça me soulage. Si les touristes ne sont pas nombreux, nous les servons nous-mêmes ; sinon, nous embauchons du personnel pour nous aider. Dans l'ensemble, la vie misérable d'autrefois est derrière nous. On vit plus heureux. Sur le plan matériel, grâce aux homestays, j'ai 2 voitures de 7 places à louer dont une confiée au chauffeur qui conduit mal. Maintenant nous investissons dans une série de scooters Honda à louer au marché de Vinh Long, deux bateaux pour transporter les clients ou à louer. Nous venons de terminer un 3ème homestay en octobre 2018, avec un coût de 3,5 milliards dongs y compris l'achat du terrain. Ainsi nous disposons de plus de 1 milliard dong. Nous continuons à recevoir les touristes en améliorant progressivement nos installations. Lors de l'ouverture du homestay, j'ai dû remplir les démarches administratives. On est comme des gens qui font des affaires. Il fallait rencontrer les responsables de divers hameaux pour faciliter les procédures d'enregistrement. Les homestay nous permettent d'avoir de l'argent de côté, alors on commence à entrer en relation avec d'autres personnes. En 2017, j'ai fait un voyage pour

visiter tout le pays dans l'objectif d'acquérir de nouvelles connaissances et trouver de nouveaux partenaires. Mes sœurs commencèrent aussi à voyager. En 2016, elles étaient parties en Thaïlande.

Dans la gestion du homestay, j'observe la culture des étrangers, très intéressante dans la protection de l'environnement, dans l'éducation de leurs enfants. C'est dans le domaine éducatif qu'il faut les imiter, apprendre et enseigner aux autres. La plupart continuent à jeter leurs déchets partout. Mais pas nous. Parfois, je transportais mes poubelles d'ici à Vinh Long pour les jeter. Mes voisins se moquaient de moi. Si je versais mes poubelles dans le fleuve, que devrais-je faire si un jour, elles retournaient chez nous ? Je reconnais qu'avant, je faisais comme les gens d'ici. Les étrangers sont très réglementaires. S'ils ont rendez-vous à 7h, toute la famille, parents et enfants sont prêts à 7h. Ils respectent les codes de la route. Avant je n'étais pas comme eux. C'est pourquoi nous devrions apprendre leurs bonnes manières. Pareil à table. Ils se contentent de ce qu'on leur présente. Par contre, les touristes locaux nous réclament sans cesse davantage : tantôt un peu de nuoc mam (saumure de poisson), de sauce de soja, tantôt un morceau supplémentaire de poulet, des glaçons… C'était une bonne leçon pour moi. J'essaie de l'appliquer à mes enfants.

Maintenant, ayant deux fils, je voudrais travailler davantage pour que chacun d'eux bénéficie d'un homestay ici. Quant à moi, je m'occuperai du plus éloigné. Je laisserai probablement un autre à ma grande sœur ou à ma petite sœur qui est déjà mariée. Chaque membre de la famille doit avoir une maison pour travailler en homestay. Il nous faut continuer à travailler. Mais on ne travaille plus pour les autres. Cependant, il faut bien réfléchir pour que ce travail puisse durer. Nos homestays doivent présenter le style Delta du Mékong, ouverts dans des endroits bien situés et tranquilles…Et puis plus tard, nous devrions investir dans les études de nos enfants, pour qu'ils aillent à l'université. Du côté de ma branche paternelle, ma grand-mère, à son décès, ne vit aucun de sa centaine de descendants avoir le niveau universitaire. Voilà, la vie est meilleure de nos jours.

Annexe 11 : Extraits d'entretien (RP.07-M. Nghiep)

Sur les conditions géographiques, cet endroit se situe en ligne touristique du pont My Thuan menant à Vinh Long, puis au marché flottant de Cai Be (Tien Giang). Vinh Long n'a pas la chance d'avoir de beaux paysages, des montagnes poétiques, des mers et d'immenses forêts comme Quang Binh. Les habitants ici ne savent jamais ce que sont les forêts, comment sont les montagnes et les mers. Quel dommage pour Vinh Long. Toutefois, cette province possède des îles, des îlots et des dunes formées par les rivières Tien et Hau, et les habitants ici sont issus de l'agriculture, spécialement la culture des arbres fruitiers. Il y a une chose étrange à propos des habitants de cette île, en général, ils sont assez bien instruits, alors que ceux qui habitent à proximité, font la guerre ou se battent, sont moins cultivés. Le sentiment des habitants de cette île est plein pour les touristes : ils les saluent en les voyant ; ils les guident s'ils se perdent dans la rue. C'est pourquoi les touristes les aiment. Les habitants s'habituent aux salutations dans la vie quotidienne. […] Tout d'abord, il s'agit d'une silhouette et d'une personnalité très particulière de vieux habitants à la barbichette de « miền Tây » comme mon père : sa personnalité généreuse, hospitalière, populaire et sociable, il aime prendre contact avec les autres. Il avait d'habitude de s'habiller seulement le short ni chemise, ni maillot, même ni tongs. Autrefois, les touristes de toute sorte de l'âge et du sexe l'aimaient et l'adoraient. Malheureusement, il est mort maintenant.

Au commencement, en 1990, notre famille n'accueillait les touristes que pendant la journée pour leur visite, puis, la compagnie touristique Cuu Long s'est mise à financer des travaux pour l'hébergement des touristes […] : la réception avec couchage équipée de filets de lit, les nourritures, la sécurité…Petit à petit, notre famille a pu développer un homestay. […] Avoir un homestay me donne la chance d'être en contact avec différentes cultures qui m'apportent de bonnes et nouvelles choses à apprendre. Des cultures de différents pays, de l'Est à l'Ouest, du Nord au Sud. Un exemple : je n'aime pas les touristes iraniens pour leur pingrerie, mais j'apprécie leur patriotisme. Ils protègent leur pays, leur peuple. Autrefois, les touristes venaient en groupe. On a installé des toilettes vers ici. Une fois, un premier groupe d'Iraniens arrive. L'un d'entre eux entre dans les toilettes pour faire ses besoins. Il pose un drapeau d'Iran dehors et oublie de le récupérer avant de partir. Une heure après, un deuxième groupe iranien arrive. Voyant ce drapeau, ils se mettent en colère en nous critiquant d'avoir voulu insulter leur patrie, avec leur drapeau posé vers les toilettes. Leur guide essaya de leur expliquer en vain. Alors, ce guide se retourna vers moi. Cela me fit réfléchir : je n'aimais pas plus cet Iranien. Cependant, en tant qu'hôte, je devais les servir. Et ça m'étonnerait que les membres de ma famille aient posé le drapeau iranien vers les toilettes ! J'en fus offusqué ! Heureusement, je m'en suis souvenu : un premier groupe d'Iraniens étaient ici avant. J'appelai le responsable du groupe pour expliquer : « Vous n'auriez pas dû dire n'importe quoi. Notre peuple respecte tous les autres pays. C'est le vôtre qui piétine votre pays ». Quand ils découvrirent la vérité, ils nous présentèrent leurs excuses. A travers cet incident, je reconnus effectivement leur patriotisme.

Je trouve intéressantes aussi les cultures arabes et indiennes. Au début, je n'appréciai pas leurs manières de manger, mais après les avoir essayées comme eux, je les trouve bonnes. Par exemple : ils mélangeaient le yaourt dans le riz, c'était dégoutant, mais, en effectuant cette recette, elle apparait appétissante. Et les relations avec les Japonais qui s'entretiennent entre eux par de véritables sentiments. Au lycée, en histoire, on avait appris les atrocités des Japonais

en 1945, mais ça faisait partie de l'Histoire. Dans les échanges avec les Japonais, je me rends compte qu'ils ont beaucoup de choses à nous apprendre : ils tiennent leurs promesses, contrairement aux Chinois et Vietnamiens. Par exemple : ils ont promis de venir chez nous, mais, empêchés par une raison quelconque, ils nous ont envoyé un courriel pour s'excuser avec des paroles très gentilles et pour nous proposer un autre rendez-vous. Ou plus tard, en partenariat avec les Japonais, spécialement sur la vente des fruits, je perdais environ 70% de mes affaires, mais sans regret, nos produits ne satisfaisant pas leurs critères, leur retour justifiant leur refus. Les Japonais sont équitables. Un exemple : ils nous passaient une commande de divers alcools, leurs amis leur demandant d'en réduire la quantité ; Ils ont refusé en maintenant leur commande. Et puis à table, ils sont très corrects, pas comme les Chinois qui parlent fort, ignorant leurs voisins par des paroles et actes méprisants. Les chinois exigent de faire baisser les prix pour en profiter le maximum possible, voire même annulent leurs commandes sans compensation. Ils ne veulent pas payer mais quémander. D'autres peuples comme les Thaïlandais et les Malaisiens s'adressent à nous avec douceur et respect et nous saluent à leur manière en baissant la tête.

En dehors de la culture, sur le plan professionnel, j'ai la chance de rencontrer des touristes spécialisés en agronomie. J'ai appris beaucoup d'eux et inversement : des échanges sur les techniques de culture agricole et bien d'autres choses encore. En particulier, le tourisme et mon homestay m'ont permis de présenter les variétés de mes arbres fruitiers et par la suite de collaborer avec l'étranger. Actuellement, j'exporte mes arbres fruitiers dans certains pays d'Asie du Sud-Est, en Espagne, aux États-Unis et dans les pays voisins : Chine, Taiwan, Japon…tout ça grâce au tourisme et mon homestay.

Annexe 12 : Extraits d'entretien (RP.09-M. Tam Tien)

Je vais tout vous raconter. Je suis né en 1947. Cette année, j'ai 70 ans. J'habite le district Tran Van Thoi, à Ca Mau. Depuis longtemps, mon père était pêcheur car nous habitions près du bord de la mer. En général, les pêcheurs doivent être assidus. On est une fratrie de quatre garçons. Mes deux grands frères s'engagèrent dans la marine. On ne savait jamais où ils étaient. Ils rentrèrent à la maison seulement quand la guerre fut finie, jamais avant. Quant à moi, j'étais fantassin.

En 1958, je suivis les cours de soutien où le même enseignant nous apprenait toutes les matières à la fois. A l'époque, les leçons furent données la nuit, en pleine forêt. En 1958 et 1959, je faisais partie aussi de la troupe artistique de mon hameau natal. Je continuai ces cours nocturnes jusqu'en 1963. On m'avait alors choisi et m'envoyé dans la région d'ouest pour suivre une formation d'enseignant, dans l'objectif de lutter contre l'analphabétisme. A l'époque, j'avais à peine le niveau de la classe de seconde, mais j'étais le meilleur de tous.

Une fois formé, je retournai dans mon village pour assumer un poste d'enseignant jusqu'en 1965. C'était l'année des bombes B52 de l'armée américaine. Mon école fut touchée un dimanche, jour de mon repos. J'en échappai bel, étant en visite chez moi, plusieurs dizaines de mes élèves n'ayant pas eu cette chance. Ecœuré, je laissai tomber mon poste d'enseignant pour m'engager dans l'armée de libération en 1965.

Avec mon niveau d'étude, je fus nommé chef d'escouade, pour diriger douze militaires. Ces derniers n'étaient pas contents. Ils rouspétèrent : « Pourquoi Tám Tiền (moi) est nommé chef, il n'est pas bon stratège ». Ma riposte : « Ne vous inquiétez pas ! Si je participe à la révolution, c'est pour faire libérer notre pays, pas pour de l'argent, ni pour de la gloire. En tout cas c'est mon point de vue. Quant au poste de responsable ou autres, désolé, c'est le Parti communiste qui me l'a désigné. En fait, si ce poste vous intéresse, je suis prêt à vous laisser ma place. Je n'ai rien gagné en acceptant ce travail, bien au contraire, ça me prend énormément de temps ». Très résignés au début, suite à mes nombreuses explications, ils finirent par m'accepter.

Après avoir battu les Américains en 1975, puis les « Khmer Rouge » en 1979, je postulai pour ce morceau de terrain. J'ai dit : « Tant que je ne suis pas mort, s'il vous plait, donnez-moi cette parcelle de terre pour refaire ma vie et vivre, étant donné que j'avais acquitté mon devoir de militaire ».

Démobilisé seulement en 1985, je débarquai ici. C'était un endroit où vivaient uniquement les militaires démobilisés. A présent, la plupart est décédée, laissant place aux nouveaux gens venus d'ailleurs. A mon arrivée en 1985, c'était un endroit désert, couvert de forêt. Mon dieu, un endroit très triste vous savez, avec en plus, beaucoup de bandits qui vous guettent au carrefour. J'avais réussi à les éliminer tous, la vie devint plus paisible. Vous voyez, la vie n'est pas facile.

Je suis d'abord soldat en service militaire. Après cela, j'ai fait l'élevage des crevettes à Ca Mau, mon pays natal. Mais l'année où ma plus petite fille faisait ses études sur le tourisme à Vung Tau, un jour, elle me dit au téléphone : « Papa, pourquoi ne pas se lancer dans les affaires du tourisme ? » Je lui ai répondu : « Pourquoi le tourisme ? Je ne sais pas comment faire car je suis

soldat ». Elle m'a dit ensuite : « Tu vois la Thaïlande dont l'économie s'est beaucoup développé grâce au tourisme, donc pourquoi pas le Vietnam ? Travaillant dans ce domaine, nous pouvons augmenter le développement à la fois touristique et économique. […] Puis, elle m'a encouragé de jour en jour. A la fin, j'étais d'accord de me lancer dans cette affaire de homestay.

Au début, les touristes arrivèrent seulement pour goûter les fruits du delta. C'est pourquoi nous avions planté un panneau « Tourisme au verger ». Il faut reconnaître qu'en 2000, nous étions favorisés par de nombreux facteurs favorables pour travailler. En effet, c'était l'année où le pont de My Thuan fut inauguré et que les touristes commencèrent à débarquer en grand nombre. Après, des inondations détruisirent la majorité des vergers sauf le mien garni de plein d'arbres fruitiers qui attirèrent l'attention des agences de voyage. Elles vinrent nous voir et nous proposer de nous amener des touristes. Ils nous payaient seulement dix mille dongs par personne pour manger à volonté nos fruits. Nos activités touristiques furent concentrées uniquement autour des vergers et rien d'autre.

Au début nous avons construit le homestay avec des murs très bas, pas comme cela. Une fois, il y a eu du vent fort du Nord-Est qui nous apportait de nombreuses poussières. Enfin, le mur a été détruit comme nous ne savions pas la technique, ce qui nous a rendus mécontent. Alors, j'ai emprunté de l'argent à la banque : cent million dongs. Et j'ai pu finalement élever le mur pour la deuxième fois. Depuis, il s'est développé, j'ai payé toutes mes dettes à la banque, grâce à celui-là.

C'est en 2004 que j'ai rencontré pour la première fois des touristes étrangers, en particulier des Américains. Ancien combattant, j'eus la chance de rencontrer ce type, secrétaire du président Lyndon Baines Johnson. Ce type, quel est son nom déjà ? Oh je m'en souviens plus. Il était venu et avait dormi ici. Au début de cette affaire, vétérans très pauvres, nous n'avions aucun moyen [..]. Puis je me suis lancé dans ce domaine que je ne connaissais pas bien, on l'avait laissé dormir dehors. Puis après avoir fait connaissance, vu qu'il était sympathique, on l'avait fait dormir à l'intérieur pour que ce soit plus amical dans les discussions. Le soir, nous étions ensemble pour déjeuner et parler. Il profita de l'occasion pour enregistrer les conversations à notre insu. Une fois rentré chez lui, il révéla ses enregistrements avec commentaires : « On était reçu chez un vrai Viêt công et voilà tout ce qu'il nous avait raconté…De retour aux Etats Unis, ils sont allés travailler avec les universités dont celle de New York. Ils ont diffusé partout nos échanges, enregistrés chez moi à mon insu : « Voilà les paroles d'un vrai « Viêt cộng » (communiste vietnamien). Peu de temps après, d'autres touristes étrangers, Américains, Français, Canadiens, Néozélandais…vinrent chez moi jusqu'à aujourd'hui.

En 2010, l'Université de New York m'a invité à participer à la conférence mondiale sur la lutte contre la guerre, avec la présence de 17 pays, la conférence ayant lieu à New York. Au Viêt Nam, on était 4 à être invités : M. Trần Đình Song, capitaine-pilote de la République du Viêt Nam ; Mme Thuỳ Vân, directrice du Musée des vestiges de la guerre, Mme Minh Thái, professeure, docteure ès science de l'Université de Hà Noi, et moi. Participant à cette conférence, j'ai lu un discours écrit par Mme Thùy Vân avec toutes les données bien

documentées. Personnellement, je serais incapable de le faire. Donc, Mme Thùy Vân avait rédigé ce discours et à moi la tâche de le présenter. Elle m'avait aidé à m'entrainer pour bien lire. Eh oui, je lisais devant le monde entier, on représentait notre pays, une lourde responsabilité.

Mon dieu ! Que je te raconte : je ne suis jamais allé aux États-Unis avant. Alors pour la demande de visa, je devais me rendre au Consulat des Etats Unis, à Ho Chi Minh Ville, présentant mon invitation. Au Consulat, un homme m'a dit : « Vous allez partir là-bas pour y rester. Qui pourrait vous inviter ? N'inventez pas cette histoire d'invitation » Alors, mon visa a été refusé. Très bien. J'ai téléphoné aux États-Unis pour les informer du refus. Après, 3 Américains sont venus exprès des Etats Unis pour m'emmener au consulat avec eux. Ils m'ont rassuré : « Ne vous en faites pas. Ça va aller ». Après, je suis sorti du consulat où se trouvaient plusieurs centaines de personnes. Les trois Américains m'ont porté dans leurs bras en déclarant : « M. Tiền a eu son visa pour aller aux Etats Unis ! ». Avec moi dans leurs bras, ils ont crié de joie. Je leur ai demandé : « Suis-je un ange ?» Tu vois comme ils m'ont estimé ! Comme ils m'ont bien aimé ! M. Tám Tiền va partir aux États-Unis ! Je n'aurais jamais cru possible mon voyage aux Etats Unis….

Pendant 10 jours, j'étais à l'université de New York, à répondre aux questions. Devant 5 groupes par jour. 35 personnes par groupe. Je n'en pouvais plus après. Ils me posaient tellement de questions judicieuses, il fallait avoir un bon niveau pour pouvoir répondre. Ils m'ont demandé si j'étais un vrai « Việt cộng ». Bien sûr que j'en étais un ! Un vétéran américain m'a posé une question devant une centaine de journalistes : « Si j'étais vietnamien, je ne pardonnerais jamais aux Américains, mais vous, en tant que vietnamien, pourquoi leur avez-vous pardonné ? » Quelle question ambigüe ! Et voici ma réponse : « Nous ne pouvons pas dire que nous vous pardonnons. Vous avez tué tous les gens du village de Ba Làng An[35] *: vous avez tout brûlé, vous avez tué notre peuple, ce qui est très douloureux. Cependant, je vous rencontre aujourd'hui et je vous considère comme des amis, Pourquoi ? Parce qu'avant de mourir, Oncle Hồ (Hồ Chí Minh) nous avait conseillé : « Il faudra effacer la haine pour que notre peuple et notre pays soient en paix. Si nous continuons à nourrir notre haine, à faire la guerre, tuant les uns les autres, nous construirons notre perte, un désastre ! Nous ne pensons plus au passé mais à l'avenir, aux futures générations pour qu'il n'y ait plus de guerre et que le monde vive en paix ! » Beaucoup de questions ! Mais avant j'étais enseignant, alors j'étais bien placé pour ce genre d'exercice. J'en étais fier de moi ! Oh mon dieu, les déclarations sont très importantes, plus on est sincère, plus on est respecté. Au cours de mes déplacements là-bas, j'ai dit : « Actuellement, mon peuple est encore défavorisé. Si vous allez au Viêt Nam, s'il vous plaît, avec vos moyens, venez en aide aux habitants là-bas. Je pourrais les représenter. La guerre pendant plusieurs dizaines d'années leur a enlevé des terres, des biens, du travail. Les Américains ont*

[35] Ba Làng An appartient au hameau de Phu Quy, commune de Binh Chau, district de Binh Son, province de Quang Ngai (centre du Viêt Nam). Pendant la guerre, Ba Làng An était une base militaire importante, où se déroulaient des combats sanglants.

beaucoup de respect pour moi. Ils m'ont toujours placé à la place d'honneur. L'université de New York abrite 40 000 étudiants, venus du monde entier. Partout où je suis invité, un grand panneau affichait : « Việt cộng Lâm Văn Tiền » (le communiste vietnamien Lâm Văn Tiền). C'était un grand honneur ! Quant aux activités artistiques, j'y étais le grand maître. Tu vois, aux États-Unis, typiquement américain, on peut faire ce qu'on veut, pas comme au Viêt Nam. J'ai commencé la chanson « Việt Nam Hồ Chí Minh », ils ont chanté avec moi, puis j'ai continué « Kết đoàn » (s'associer) … Ils m'ont présenté au représentant du fond américain de l'agent orange, au directeur de l'Université de New York, représentant des vétérans américains, Amérindiens, journalistes… Oh mon dieu ! Les Américains disposent d'une superbe technologie : ils ont un petit appareil, tu le glisses dans ton oreille, tu parles en vietnamien, ça se traduit en anglais et inversement. Une excellente sonorisation ! Cela m'a beaucoup aidé dans mes interviews, impossible autrement.

Ils m'ont fait visiter une ville sous-marine[36]. Devine sa taille ? Oh mon dieu ! Je n'en revenais pas ! Quelle technologie ! C'est formidable ! On ne s'y déplace qu'en train. Je suis certain qu'elle est immense cette ville, même avec le vent qui souffle fort. La vie sous-marine est identique à celle en surface : des arbres, rien n'y manque…C'est drôle ! J'ai demandé : « Comment vous faites en cas de coupure de courant ? » Et leur réponse : « C'est impossible ! Plusieurs machines fonctionnent à tour de rôle. » Et puis des magasins d'alimentation partout. Là, je tire mon chapeau ! Comment pourrait-on les vaincre ?! Une ville sous-marine, impossible de faire la guerre dans ces conditions. Mon Dieu ! Quelle technologie ! Il faudrait d'y aller pour se rendre compte de leur grandeur ! Ouais, je m'en souviens ! Les États-Unis !

Je trouve que les Américains possèdent des choses intéressantes. Ils étaient à la recherche de leurs anciens combattants, morts sur les champs de bataille au Viêt Nam. Ils m'ont surpris par leur ténacité. Après plus de 40 ans, ils ont trouvé l'endroit où 5 de leurs compagnons sont morts dans un accident de montagne. Ils nous ont demandé de les accompagner. Arrivés sur place, ils ont allumé des encens et récité je ne sais pas quoi pour rendre hommage à leurs amis. J'ai raconté cette histoire lors des réunions entre vétérans : « Les Américains l'ont déjà fait, nous, il faudrait qu'on le fasse aussi, … »

Des vétérans américains se sont rendus sur mon lieu de travail, l'école Trân Văn Thời à Ca Mau, l'école bombardée et détruite par l'armée américaine. Ils ont filmé les excavations produites par les bombes. Je leur ai dit : « Mon école est dévastée, si vous aviez les moyens, je vous remercie de nous aider à sa reconstruction, en souvenir du temps passé pour les futures générations… » Ils ont fait un don d'un demi-milliard. L'école est reconstruite et a été terminée en 2016. Avant, ils ont fait reconstruire l'école maternelle de Lương Văn Ba avec 80 millions. A l'époque, les matériaux de constructions étaient bon marché. Puis les Américains ont contribué aussi à l'achat des ordinateurs. C'est impeccable maintenant. En octobre 2017, ils sont venus ici et m'ont remis 20 millions. J'ai acheté 4 chèvres pour des paysans et offert les 3

[36] Nous supposons que la ville sous-marine est le système de métro et des magasins sous le sol à New York.

millions restants à une école. Il y a quelques années, avec leurs dons, j'ai acheté 2 vaches, une pour un vétéran et l'autre pour un habitant du village.

En 2012, je suis allé au Japon pour faire des échanges. La vie japonaise est aussi moderne que celle des États-Unis. Les Japonais sont savants et bons. Ils nous ont très bien reçus, des repas aux déplacements pour visiter partout. Ils nous ont appris aussi des choses intéressantes sur l'économie. Autrefois ils étaient fascistes, mais leur développement nous dépasse largement. Ils sont plus intelligents, sages, prudents, précis. Au Japon, les maisons sont pratiquement de même taille, ni trop grande ni trop petite. Leur vie, leur société sont très différentes de celles des Vietnamiens. Chez nous, les riches ont fait construire des villas grandioses à côté des petites maisons des pauvres. Chez les Japonais, riches ou pauvres, c'est pareil. Pas trop d'écart comme chez nous. C'est plus sympathique pour moi. De plus, si vous êtes général, vous aurez une place privilégiée dans une conférence. Par contre, à l'heure des repas, vous êtes servis dès votre arrivée, quel que soit votre titre.

A mon avis, je dois les accueillir dans de bonnes conditions quand ils viennent chez moi. Je dois leur parler de bonnes choses, de l'essentiel, pas de sujets compliqués. Se lancer dans les affaires n'est pas chose facile et le travail est pénible. Je dois vous avouer qu'on était très pauvre à l'époque. Les anciens soldats n'avaient pas un sou. Vous voyez, ma femme et moi, retraités tous les deux et invalides de surcroît. Et puis on a ouvert ce « homestay » sans aucun fonds et ne parlant aucun mot d'anglais. Maintenant j'ai appris un peu l'anglais, je parle des phrases simples mais très mal encore. Mais avec de la bonne volonté, ancien combattant, entraîné par le Parti à surmonter les difficultés, ça m'a aidé à développer mes compétences, à transformer les cailloux en produits comestibles. Ma détermination dans le travail donna des résultats satisfaisants à présent. Le Parti m'a éduqué, plus rien ne pouvait m'arrêter, je ne reculai devant rien, invalide mais pas mis au rebut, un projet mené tambour battant pour démontrer ma qualité d'ancien combattant. Je continue ainsi avec assiduité pour réussir ce travail de homestay, obtenant ainsi le respect d'autrui et évitant le mépris des autres.

En général, mon succès dans le homestay est en partie grâce aux touristes, à leurs aides, leurs conseils, moi qui ignore tout du tourisme. De conseils en expériences, j'ai bien réussi mon homestay. Sur le plan économique, les touristes m'expliquèrent « vous voyez cette eau qui tombe goutte à goutte, les Vietnamiens négligent ce phénomène, mais vous savez, c'est de l'argent jeté par la fenêtre. Par exemple, vous ne perdez seulement que 0,5 litre en une heure, c'est négligeable, mais au bout d'un mois, d'une année, ce sera combien votre perte ? C'est terrible surtout quand on regarde le chiffre final ». Par conséquent, pour ouvrir un homestay, il faut apprendre et mémoriser. Il ne suffit pas de laisser dormir les gens, les faire payer, si on ne cherche pas à s'améliorer, on ne peut pas progresser. C'est pourquoi il faut continuer à discuter avec les touristes, leur poser des questions, écouter leurs explications, échanger des idées pour acquérir davantage d'expérience.

Au cours des discussions avec les Américains, ils trouvèrent que les Vietnamiens ne savaient pas faire de la publicité : « Le tourisme a déjà changé plusieurs fois de style mais vous ne savez

toujours pas vous vendre. La publicité est très importante mais vous l'ignorez complètement. Vous n'en faites pas part aux clients. Comment voulez-vous qu'ils soient au courant ! Vous essayez de développer votre économie mais avec beaucoup de points faibles. Nous essayons de vous critiquer pour vous aider à progresser » De ces échanges, on a tiré une bonne leçon. Ils avaient pratiquement raison, entièrement raison, pas vrai ? Tout le monde ne peut pas travailler dans le tourisme. Pour le faire, il faudrait savoir changer, comme votre chemise, vous ne pouvez pas porter toujours la même chemise, il faut la changer pour la faire laver. Tous les ans, je change le décor de mon homestay pour attirer l'intérêt des touristes à leur arrivée. Il faut avoir du talent, du sentiment, de la bonne volonté, considérer les clients comme nos amis proches. Si vous les traitez comme des vaches à lait, vous ne pourrez pas faire du tourisme, vous serez condamné à fermer rapidement votre boutique. Par exemple, quand on les accueille avec bienveillance, ils diront que nos plats sont délicieux même s'ils ne les trouvent pas bons. Alors qu'avec un hébergement sans affection, sans compassion, même devant des plats préparés par de grands chefs, s'ils les trouvent mauvais et manifestent leur mécontentement, on ne pourra rien contre eux ! C'est pourquoi les Américains, les Européens viennent ici. Ils continuent à venir avec le temps. Cet endroit est désert, qu'y a-t 'il d'intéressant ? Pourquoi cherchent-ils à venir nous voir, à découvrir notre vie ? Ce n'est pas pour de la nourriture qui ne manque pas au marché et qui est nettement meilleure que chez nous. C'est pour de l'hospitalité. C'est très important la manière cordiale dans l'accueil des touristes.

Je suis ravi des résultats obtenus. Maintenant, j'ai un terrain de 8000 m2, une maison pour vivre et dix chambres dont trois avec climatiseurs pour servir les clients. J'ai pu voyager à gauche à droite, un peu partout : Nha Trang, Da Nang, Phu Quoc, Con Dao, Hanoï pas encore. Dis-moi si tu peux trouver dans cette commune un vétéran ayant aussi bien réussi que moi, voire même dans cette province. Ancien combattant invalide, tous les ans, je continue à payer pas mal d'impôt à l'état et à aider les défavorisés. Les autres en sont capables, pourquoi pas moi ? J'en suis très fier. Il y a quelques jours, représentant des vétérans, j'ai lu un discours insistant sur la présence des anciens combattants invalides mais pas mis au rebut. Mon discours fini, les délégués m'ont embrassé pour me féliciter. Les Américains m'ont beaucoup apprécié. Ils m'ont dit que le « Việt cộng », malgré ses blessures, continue à travailler, apportant sa contribution à l'état, tandis que les vétérans américains, blessés, réclament sans cesse de l'aide à l'état. Cette estime me rend fier. Premier Vietnamien à poser le drapeau du Viêt Nam sur le sol américain. C'est extraordinaire ! De plus, sans le homestay, je n'aurais pas pu faire construire certaines écoles pour les enfants, acheter des vaches pour les habitants. Une personne ordinaire n'aurait pas pu réaliser tout cela. Tu vois, je suis fier de ma vie pour ces choses-là. Tu sais, une fois mort, on redeviendra poussière, rien de plus. L'important, c'est ce que l'on peut laisser aux générations futures. On partira tous les mains vides, tout comme les généraux.

Annexe 13 : Extraits d'entretien (RP.11-M. Truong)

C'est par hasard en 2001 que la grande cousine, guide touristique, n'a rendu visite qu'à la mère, en accompagnant deux touristes allemands. Après la rencontre de famille, ils ont visité les régions tout près d'eux puis ils ont demandé : Pourquoi est-ce que nous ne faisons pas de cet endroit une place de déjeuner pour les touristes ? Ou un homestay ?

En 2001, nous n'avions investi que dans des toilettes collectives dans le jardin. Nous réservions une maison avec une grande chambre dans le jardin pour les touristes. Et notre famille laissait les touristes dormir sur des lits de camp chez nous. A ce moment-là, nous n'accueillions qu'un groupe, pas deux, et nous prenions le repas dans la cour devant la maison. Autrefois, il n'y avait pas de vrai service culinaire, simplement de faire la cuisine puis d'offrir le repas aux touristes, et mon père, encore vivant, venait leur parler, c'était tout. […]

C'était très difficile au commencement. J'ai commencé en juillet 2001, et il y a eu les tours jumelles aux États-Unis, abattues le 11 septembre 2001, alors mes activités se sont arrêtées pour une certaine période. Ensuite l'épidémie de SARS. […] Nous réfléchissons parfois à l'abandon. Lorsque mon père était là, il nous avait dit qu'il nous faudrait choisir un autre métier [que le homestay] faute de succès, ne pas rester comme cela…

A la fin de 2001, les touristes se comptaient sur les doigts d'une main. Mes frères et moi, après mûre réflexion, avons adopté des changements dans le service des touristes. Voulant améliorer les repas à partir de notre richesse culturelle régionale, je me demandai : « Comment faire ? » Par chance, j'avais un beau-frère qui, sans être artiste, savait très bien peindre. Il avait de la dextérité, il pouvait créer beaucoup de dessins différents : des fruits sur une rame, la pêche, le pêcheur, le buffle, etc […]

Un jour, une touriste arriva ici. Quand on lui servit le repas, elle tomba en pleurs. Le guide lui demanda : « Pourquoi est-ce que vous pleurez ? ». Elle répondit : Je viens de séjourner dans un hôtel cinq étoiles à Ho Chi Minh Ville il y a deux jours, on ne m'a pas servi un repas aussi bien décoré que cela, mais aujourd'hui que je séjourne dans ce homestay, je reçois ce bon service, je suis très émue.

Donnez-moi quelques minutes pour me remémorer, il y avait longtemps, deux touristes vinrent à mon homestay. A première vue, ils manifestèrent leur désespoir. Je ne savais pas comment l'agence de voyage leur avait présenté mon homestay. A ce moment-là, mon père, encore en vie, les accueillit. Très intègre, il pensa que tous les touristes se ressemblaient. Il ne se rendit pas compte de leur désespoir. Mon père ne parlait pas de langue étrangère. Ils communiquèrent entre eux par des gestes. Ensuite, les touristes entrèrent dans leur chambre mais au lieu de se reposer, continuèrent à parler avec leurs mains. Pourtant, le lendemain matin, ils continuaient à se parler par des gestes. Les touristes ne voulurent pas partir. Ils préféraient vraiment rester encore. Le guide fut obligé de les presser de partir pour ne pas être en retard.

[…] Je ne sais pas ce qu'ils disaient exactement mais ils parlaient de la guerre. Dans le passé, mon père avait participé à la bataille de la route 9, Khe Sanh. Mon père leur a demandé : « Où avez-vous participé ? », un touriste a répondu : « A Khe Sanh ». « Moi aussi », mon père a dit. Ce touriste a donc ouvert sa chemise pour montrer son ventre blessé. Il a demandé à mon père s'il avait tiré sur lui (rire). Ils se sont embrassés. Mon père ne connaissait pas la langue mais ils ont bien communiqué ensemble.

En plus, il me fallut apprendre l'anglais. Je le révisai progressivement au contact des touristes, dans la conversation et pendant la préparation de la cuisine. On échangea nos avis sur la vie, le travail etc… Maintenant, je pratique bien l'anglais. Je peux parler avec les touristes pendant une heure ou plus sans l'aide du guide ou de « Google traduction ». Pourtant, faute de vocabulaire suffisant, je n'arrive pas à discuter d'une manière professionnelle ou à les guider dans leur voyage. Par exemple, je peux bien parler de mon travail, ou peut-être des études de mes enfants ; mais je ne réussis pas encore à expliquer la culture de notre pays. J'aimerais toujours avoir plus de vocabulaire pour bien décrire la richesse culturelle de notre région aux touristes étrangers.

A mon avis, dans le travail, il faut avancer en faisant tâche d'huile, suivre les besoins des touristes et s'y adapter par étape. Personne ne m'avait appris cette méthode. Je l'ai découverte moi-même. J'ai réalisé des choses bien maitrisées. Je sers mes clients avec mon cœur. Il faut faire ce travail avec passion…Il exige de la patience, de la minutie et de la soumission, pas vrai ? Vous devez servir vos clients avec tout votre cœur, condition sine qua non pour réussir.

Maintenant, j'ai des partenaires, parmi les agences de voyage locales et des autres provinces, à Ho Chi Minh Ville et à Hà Nôi. Je vends aussi directement sur Internet : booking.com, agoda.com, tripadvisor.com, Facebook ou Guidebook. Les clients m'écrivent par courriel. Maintenant, j'ouvre des cours de cuisine pour les touristes. En faisant la cuisine, nous échangeons. Habituellement, je leur présente les cours de cuisine à 18h30, s'ils sont d'accord, nous y participons ensemble. Mais je ne leur apprends que deux plats par cours. S'ils restent davantage, je leur apprends d'autres plats.

Annexe 14 : Extraits d'entretien (RG.12-Mme Hoang)

A ce moment-là, j'avais 9 ans ou 10 ans. Chaque fois, l'équipe de M. Cousteau conduisait le petit bateau à vitesse chez mes grands-parents, moi et mes amis étaient très excités car c'était la première fois que nous voyions un bateau comme ça. De plus, nous pouvions les voir à la télé dans le programme du monde des animaux, et à la fois les voir sur place. Ils étaient très gentils. Ils ont souvent pris des photos avec nous. Quelque fois, ils nous ont offerts les bonbons. M. Cousteau a encore offert une photo de son équipe. La photo est solennellement suspendue chez mon petit oncle aujourd'hui encore.

En 2006, mes parents ont fait agrandir leur maison, j'en étais très heureuse ! Je n'étais pas là mais à Long Khanh. En 2007, ils ont ouvert leur homestay en suivant les conseils de guides touristiques. En fait, mes parents avaient déjà l'intention d'en ouvrir un, poursuivant le travail effectué auparavant chez mes grands-parents paternels, où ils savaient déjà servir les touristes et préparer des plats au goût des clients. Cette maison en bois a été construite à partir de l'avis de plusieurs personnes, mais la partie arrière est restée avec des murs en briques. Si j'avais été présente, je n'aurais pas accepté une telle construction. Avant, mon père avait une vie très défavorisée, vivant dans une chaumière. Disposant d'un peu d'économie, il a fait construire une maison en brique pour se faire plaisir, mais ce n'était pas le style d'un homestay. J'avais fait des études de tourisme, des voyages à l'étranger, connaissant le goût des touristes, je pouvais satisfaire leurs besoins. A vrai dire, mes parents n'avaient jamais eu l'occasion de parcourir le pays pour améliorer leurs connaissances. Ils faisaient selon leur désir, en ne suivant aucun processus. Ayant marre des maisons en bois, il préféra une maison en brique. D'abord avec seulement 2 chambres, mais déjà en très grande difficulté financière. Une fois la maison terminée, on vivait avec plein de dettes, remboursées complètement au bout de plusieurs années.

Quant aux touristes, 3 à 4 clients de temps en temps, envoyés par l'agence au départ. A la maison, personne ne savait parler anglais, à peine quelques mots pour dire bonjour. Mon père ne savait pas comment exprimer son sentiment. En contrepartie, il leur préparait de très bons plats avec des produits frais, incapable de dialoguer en langue étrangère.

L'année suivante, en 2008, je rentrai pour aider mes parents à développer l'affaire. J'apportai certaines suggestions, en particulier la création d'une ambiance chaleureuse dans la famille pour accueillir les clients. J'étais jeune, je voyageais beaucoup et accumulais de nouvelles connaissances. Mes parents continuèrent à travailler comme ils avaient l'habitude de le faire depuis toujours, sans chercher à s'améliorer. Par ailleurs, je parlais un peu anglais. Au contact des clients, je devins plus osée. Avant, gamine, j'étais très timide. En voyant un étranger, je bredouillais à peine un « hello » avant de m'enfuir. Nous considérons les touristes comme nos amis, nos cousins, pas comme des clients. A leur arrivée, mes parents viennent leur souhaiter la bienvenue. Puis à mon tour, je leur donne des tuyaux, les endroits pour visiter, pour manger, la région ne disposant pas beaucoup d'endroits pour manger. Pour éviter qu'ils s'égarent, je leur fournis un plan muni du numéro de téléphone de Bay Thoi. Ils peuvent m'appeler s'ils se

perdent et j'irais les chercher pour les ramener chez nous. Je fais le maximum possible. Ainsi, avec ma participation, ce homestay se développe jour après jour pour devenir ce qu'il est aujourd'hui. On a fini par rembourser les dettes après plusieurs années, en partie grâce aux routards venus nombreux au déjeuner. Les clients laissèrent tomber le homestay de Sau Giao pour passer chez nous.

Il y a quelques années, j'ai reçu de plus en plus des touristes suite à la création d'entreprises touristiques dans la ville de Vinh Long : Cuu Long, Mékong les envoyaient aux homestays. En ce temps-là, les entreprises n'avaient pas encore leurs propres homestays, comme maintenant, alors les voyageurs étaient plus nombreux chez nous. Pour faire face à ce changement, je dois aller à l'extérieur de la ville pour trouver plus de relations et d'agences, je vais à Saïgon pour rendre visite à des partenaires et pour trouver de nouvelles personnes. En plus, je coopère avec agoda.com, booking.com et tripadvisor.com.

A propos de la qualité, on est en train de s'améliorer. Par exemple, je décore les chambres et fais élargir celles qui sont trop petites. Dans l'avenir, je vais installer des climatiseurs. Car les homestays qui ouvrent aujourd'hui en ont. Autrefois quand on parle de voyager à la campagne, c'est comme s'adapter à l'environnement, mais en fait, 50% ou 60% des touristes ne peuvent pas s'adapter, on pense donc qu'il vaut mieux installer des climatiseurs. Si je pouvais, je le ferais moi-même à ma façon, mais maintenant il y a toujours quelques critères à remplir au niveau du matériel ou du diplôme. M. Phu, M. Binh, Mme Thao [autres propriétaires de homestays] ont ouvert une agence de voyage parce qu'ils ont eu de l'expérience en tant que guides de l'agence de voyage Cuu Long. Mon mari et moi avons commencé en tant que débutants, comme ma famille l'a fait et maintenant c'est moi qui poursuis, on n'a pas eu la base comme eux. Quand j'étais à l'école de tourisme, je me suis formée comme guide mais je n'ai pas eu d'expérience dans l'administration des affaires.

Annexe 15 : Extraits d'entretien (RG.14-Mme Oanh)

Je suis née dans une famille très défavorisée, de 5 enfants. La vie était difficile et misérable. Une enfance très malheureuse ! Ne disposant pas d'assez de terre pour vivre en tant qu'agriculteurs, mes parents achetèrent et revendirent ce qu'ils pouvaient pour nous élever, et nous, les enfants, nous nous débrouillions seuls à la maison. On s'arrêta tous au niveau du collège, aucun n'allait au-delà. Puis, chacun se débrouilla pour trouver du travail. Ah non, la benjamine est allée jusqu'en terminale mais n'a pas eu son baccalauréat. J'étais la meilleure élève dans ma famille, mais faute de moyens, j'ai arrêté mes études pour travailler à la cantine d'une école avec ma belle-sœur pendant 3-4 ans pour un salaire minable. Après, j'ai été apprentie en manucure. Puis, j'ai travaillé à mon compte, dans la rue, au marché de Vinh Long, sur les quais …Voyant le trafic abondant sur le fleuve, je regardais d'autres personnes qui ont réussi et je les imitais. J'ai eu l'idée de construire un bateau pour accueillir des touristes pour la compagnie touristique de Cuu Long. Au début, j'ai demandé à ma mère de construire un bac, parce que je voyais beaucoup de personnes qui avaient réussi. Je traînais beaucoup près du quai, où normalement, personne ne venait ! J'étais manucure, je travaillais auprès du marché jusqu'au quai. Je voyais ce métier, et je l'ai bien aimé. Près de chez moi, il y avait des époux qui l'ont fait avec succès.

A ce temps-là, j'avais juste 20 ans. Ma mère n'était pas d'accord. Elle dit : « Dépensons des taels, ce n'est pas sûr de récupérer le capital. » Personne n'était d'accord. On était très pauvres, ayant économisé un peu de l'argent, si on dépensait tout, et ça ne marchait pas, on ne pouvait pas récupérer le capital, comment faire ? J'ai dit : « Les autres osent de dépenser de l'argent sur des jeux d'argent, si on ne peut pas gagner de ce bac, on va faire du commerce. Ne t'en fais pas. Vas-y, les autres osent de jouer des jeux d'argent, et on n'ose pas de faire du commerce ? » Et puis on l'a construit.

Ça avait marché pendant un certain temps. Ensuite, j'ai accompagné mon petit frère chaque fois qu'il conduisait son bateau pour la compagnie touristique de Cuu Long car il n'avait pas de permis de conduire. Je ne connaissais pas de langue étrangère de l'époque. Les guides touristiques me sous-estimaient, et conservaient quelque fois mon pourboire. Autrefois, les guides touristiques avaient une attitude orgueilleuse. Ils parlaient anglais, c'est-à-dire qu'ils étaient bien éduqués. Ils se donnaient plus que les autres. De nos jours, l'anglais devient populaire, les élèves peuvent la parler.

Après, je quittai le bateau pour travailler dans un salon de beauté, salariée et en même temps apprentie en manucure, c'était il y a longtemps ! Oui, environ 10 ans. Puis je me suis mariée à l'époque où mon frère ouvrit son premier homestay mais de manière illégale ! Mariée, je vivais avec mon mari, au sein de ma belle-famille. Il était le benjamin. Ma belle-famille était très rigide, j'avais du mal à m'y adapter. Quelle misère ! Que d'histoires malheureuses avec ma belle-mère, ma belle-sœur. Ne supportant plus cette ambiance familiale, je suis partie à Sai Gon, enceinte de ma fille, c'est celle-ci, pour travailler dans une garderie d'enfants. Ma belle-sœur, l'ainée, avait ouvert une garderie située à proximité de la station de cars pour aller dans

le Delta. Ma belle-famille avait des moyens : ils possédaient 2 maisons, une en province, une à Sai Gon. Mon mari était venu à Sai Gon avec moi. Il travaillait dans la maintenance des ascenseurs sur une assez longue période à Thuân Kiêu Plaza. Quant à moi, je m'occupais d'une soixantaine d'enfants, criant et pleurant à longueur de journée. Mon dieu, n'ayant pas bon appétit au début de ma grossesse, je donnais à manger et à boire sans arrêt aux enfants. Ça m'a épuisée. Après avoir supporté ce rythme infernal quelques mois, trop fatiguée et malade, j'ai été obligée de quitter ce travail. Mes oreilles avaient aussi des problèmes. Je suis devenue sourde, puis j'ai guéri après une période d'hospitalisation, mais je devais travailler dans un endroit calme, évitant les bruits sonores. Enceinte, ne supportant plus les cris et pleurs des enfants, je suis rentrée vivre ici. Or, mon mari est resté là-bas. Oh mon Dieu, nous étions très malheureux, chacun de son côté. Pour accoucher de ma fille, je dus retourner vivre dans ma belle-famille. Quand ma fille a eu 6 mois, je suis rentrée vivre chez mes parents. Mais elle criait et pleurait tout le temps, empêchant les touristes de dormir. J'ai été obligée de retourner à nouveau dans ma belle-famille. Ma belle-mère me réclama une participation aux frais mensuels : 2 millions dongs, il y avait 5 ou 7 ans ! N'ayant pas les moyens de payer, mon mari ne gagnant pas beaucoup non plus, je retournai chez mes parents pour éviter ma dette. M'occupant de ma fille tout en travaillant, je me débrouillais ainsi pour gagner ma vie.

Quand ma fille a eu presque 2 ans et que notre affaire s'est améliorée, mon mari est tombé malade. Pendant plus d'un an sans qu'on trouve de quelle maladie. Sans assurance de santé ni argent. Sa famille nous a beaucoup aidés, sinon catastrophe ! Puis je l'ai emmené soigner à Sai Gon, dans divers hôpitaux, hôpital d'hématologie, hôpital des maladies tropicales, hôpital général Cho Rây…il avalait médicaments sur médicaments sans qu'on puisse diagnostiquer sa maladie. Quel malheur ! Nous n'avions pas les moyens mais il fallait dépenser en nourriture et médicaments… plusieurs centaines de millier dongs par jour. Restée à l'hôpital pour surveiller mon mari, je faisais la queue tous les jours pour recevoir des repas offerts par le service social. Mais pour mon mari, je lui réservai les meilleurs plats, voire des fruits de très bonne qualité. Ma belle-sœur nous a apporté parfois des repas. Puis ses oreilles sont devenues violettes. Je craignais une leucémie ou un cancer de la moelle. J'ai voulu lui refaire un test sanguin. Il a refusé sous prétexte qu'il n'avait pas ce genre de maladie. On passa d'un hôpital à l'autre, sans résultat, mon mari était devenu de plus en plus faible. Vers la fin, on l'avait emmené chez ses parents. Pendant son agonie, ma belle-famille et moi on a discuté, et moi, incontrôlable, pleurant et criant, j'ai explosé : « Après ses funérailles, si vous êtes gentilles, je viendrai vous rendre visite avec ma fille, sinon, je ne remettrai plus jamais mes pieds ici ! Toutes ces histoires dans le passé, je n'étais pas seule responsable, mais vous aussi. Par amour pour mon mari et ma fille, j'avais gardé le silence. Quant à toi, mon cher Nhơn, tu vas partir sans avoir l'esprit en paix. Je sais parce que je n'ai pas encore de maison. Quand tu seras enterré, ma fille et moi on devra quitter cet endroit. Belles-sœurs, ne pensez pas que je me suis mariée avec votre frère pour voler cette maison. Je vous en prie, ôtez-vous cette idée de l'esprit. Je vais travailler et économiser pour me faire construire une maison. Elle sera à moi. Une maison ou une cabane. Qu'importe. Et je ne remettrai plus jamais mes pieds ici ». La maison de ma belle-famille étant

encore au nom de mon mari, fils unique, mes belles-sœurs étaient farouches, défendant leur intérêt. En 2015, il est mort à l'âge de 42 ans. Oh mon dieu, 2h après sa mort, ses lèvres devinrent toutes blanches comme une feuille de papier. Je n'avais jamais vu ça avant.

Après sa mort, sa famille devient moins exigeante. Devenus plus sympathiques, accueillants, me téléphonant souvent pour demander qu'on vienne chez eux, craignant mon interdiction à ma fille de voir sa famille paternelle. J'ai continué à menacer : « faites gaffe à vous, je ne remettrai plus jamais les pieds dans votre maison si vous me cherchez encore des noises ». Elles ont changé de tactique : « Mais non, ne t'en fais pas. Tu peux loger où tu veux. Ici ou à Sai Gon. Comme tu voudras ». J'ai refusé : « Non, merci. Je trouverai un toit pour vivre en paix avec ma fille ». Depuis, le téléphone sonne souvent pour demander à voir ma fille. Les affaires de ma belle-famille marchent bien. Je conduis parfois ma fille là-bas pour qu'elle n'oublie pas ses origines. Son père mort, je dois m'occuper de ma fille. Cette maladie étant héréditaire, ça m'inquiète beaucoup. Je l'emmène faire un examen sanguin tous les ans. J'assume à la fois le rôle de mère et de père, une responsabilité deux fois plus lourde. Heureusement, ma fille est gentille et s'applique à l'école. Ça me soulage de ce côté-là. Elle m'a dit : « Maman, tu travailles et tu me fais faire une chambre pour moi, s'il te plait ». Ça me fait réfléchir : si je n'arrive pas à réaliser son désir, je mourrai les yeux grands ouverts ! C'est pourquoi je me serre la ceinture, mettant mes économies à la banque, ne conservant que le strict minimum pour les dépenses mensuelles. Maintenant Je m'occupe de gagner ma vie, assumer celle de ma fille et ses études.

Après le décès de mon mari en 2015, n'ayant pu vivre au sein de sa famille, je retournai gérer ce homestay. Pour commencer, le langage, fut le premier obstacle du temps où l'Internet n'existait pas encore. J'avais acheté un dictionnaire vietnamien-anglais. Pour exprimer leurs besoins, les touristes ouvraient le dictionnaire pour trouver le bon mot, et moi je faisais pareil pour leur répondre. Avec le temps, je connais par cœur ces mots. Ils consistent en l'essentiel de mon travail. Par exemple : donner l'heure, indiquer le chemin, expliquer les directions, rappeler les repas au retour, et demander « s'ils ont des difficultés quelconques ? » avec en plus le nom de certaines maladies à connaître…Alors qu'à présent, c'est tellement pratique, tellement facile avec les traductions sur Google. Sur Google, je saisis la phrase en vietnamien, la phrase en anglais ou français apparait instantanément. Pour les touristes, c'est l'inverse : anglais ou français traduit en vietnamien. Peu à peu, je commence à m'habituer. En général, je sais que je peux communiquer avec les étrangers car c'est mon travail quotidien. Quelquefois, il y a aussi des difficultés. Par exemple, l'autre jour, en faisant du vélo, l'enfant d'un touriste s'est fait prendre le pied dans la chaîne. Ils l'ont emmené à l'hôpital et m'ont demandé de les suivre. Heureusement, avec le Wifi sur place, j'ai utilisé Google pour traduire, avec quand même certains mots que je n'ai pas réussis à traduire. D'autres exemples, quand je prends l'avion, j'ouvre Google pour apprendre le lexique des termes à l'aéroport, porte d'embarquement en anglais ou français, ou quand je participe à un congrès, je cherche les mots essentiels, je les rassemble dans une phrase pour parler. Pour décorer les plats, Je vais sur YouTube. Je regarde les vidéos, j'apprends les techniques culinaires et je les imite. En général, aucun membre de

ma famille n'a un niveau de connaissance avancé. Parfois, j'essaye en vain les recettes sur Internet. Du coup, je fais tout moi-même. Mais j'arrive à dialoguer avec les clients. Au début, je n'avais pas de commandes comme à présent. Je devais trouver des touristes moi-même, puis je vends sur Internet, des sites comme agoda.com, booking.com….

Dans ce métier, j'ai rencontré diverses catégories de touristes. Les riches ont trouvé nos installations inconfortables. Ils ont mis leurs commentaires sur Internet « il s'agissait d'un hôtel et pas d'un hébergement chez l'habitant ». Il faut en tenir compte, mais pas trop sinon, ce ne serait plus un homestay. Par exemple, ils réclament des chambres fermées, sans bruit. Avant, nos chambres n'avaient pas de plafond. Maintenant elles sont tous fermées en haut par des plafonds. Dans cet îlot, en dormant la nuit, les villageois doivent entendre les bruits des insectes, au réveil le matin, le chant des coqs. Depuis toujours, le chant des coqs réveille les gens qui vont travailler, dans les bureaux, aux champs. Et les touristes réclament le silence, mais c'est impossible. Très tôt à l'aube, les gens discutent déjà dans la rue, ils font du sport. Et vous savez, les gens d'ici parlent très fort. Impossible de ne pas les entendre dans les chambres. Les touristes réclamèrent un chauffe-eau. Mais avec leurs enfants qui risquaient de se faire mal, qui serait responsable ? Chaque fois que les touristes ont des problèmes, nous avons de gros ennuis.

Si je réponds à toutes leurs demandes, on aura des répercussions sur nos prix de revient. Et si j'augmente les tarifs, je n'aurai peut-être plus de clients, pas vrai ? Par exemple, je perçois 250 000 VND par personne, mais j'ai encore des charges diverses : transport, repas, frais de réparations des vélos. Avec des chambres fermées munies de fenêtres vitrées, je dois augmenter le tarif à 300 000 VND. Alors les touristes ne viendront plus. En apportant trop de modifications, nous transformons nos homestays en chambres d'hôtel !

Tenir un homestay est quelque chose de très pénible : je me lève à 5h du matin pour préparer le petit déjeuner, puis je travaille toute la journée sans avoir le temps de me reposer. Parfois, je dois rester debout jusqu'à 23 voire 24h pour servir les clients s'ils ne sont pas encore au lit. Mais ça me plait. Tenir un homestay permet d'avoir un revenu meilleur et régulier, par rapport à bien d'autres métiers : dans l'horticulture ou salarié, le revenu est bien moindre. Dans cette île, certaines mères célibataires trop défavorisées reçoivent les subventions de bienfaiteurs, sinon, elles auraient du mal à subvenir aux besoins de leurs enfants, nourriture, études... Depuis que nous avons plus de moyens, nous voyageons pour nous distraire. Nous allons parfois à Nha Trang, Đà Lat, Vung Tau, Phan Thiêt, Ha Tiên, plus souvent à Sai Gon. Ma fille a aussi son passeport. Quand on aura davantage de moyens, on va voyager comme des routards. Bref, quand on sort, les gens nous regardent d'abord en évaluant nos conditions financières, pas vrai ? Plus nous avons les moyens, plus seront faciles nos relations avec autrui. Avec ce homestay, j'apprends à faire connaissance avec la culture de divers pays, à travers les discussions avec les clients ou en cherchant sur Internet si je désire approfondir sur les détails : fêtes traditionnelles, paysages à l'étranger …

Tu sais, j'ai réussi à acheter un terrain de 120m2 qui coûtait 120 millions il y a quelques années. J'ai fait construire une maison en avril 2018. Le coût, terrain et maison, est environ de 330 millions dont la moitié vient des économies de mon homestay, le reste vient de mes frères et sœurs et un peu de ma belle-famille. C'est fantastique ! Pour moi, j'ai pu réaliser un très grand rêve. Qu'une mère célibataire possède une telle grande maison est un rêve grandiose. Ça m'a surpris de l'avoir réalisé. Autrefois, je rêvai d'une maison où je pouvais me reposer après une longue journée de travail. Ces dernières années, je dormais dans la cuisine après le travail ; mais en réalité, je n'ai pas bien dormi avec les touristes qui entraient et sortaient sans arrêt. Par exemple, ils réclament des bouteilles d'eau ou autres…Maintenant une fois fatiguée, j'ai une maison où rentrer pour bien dormir. Me penchant sur mon mari à l'agonie, je lui chuchotais : « Notre destin amoureux se termine. Pars tranquille mon amour. Je m'occuperai de notre fille. Je sais que tu t'inquiètes pour nous deux, qu'on n'ait pas encore d'endroit pour vivre. C'est vrai qu'on ne peut pas rester ici. Mais ne t'en fais pas. Pars tranquille mon amour. Je te promets, dans un à deux ans, je trouverai un coin pour faire construire ma propre maison, grande ou petite, voire une cabane, mais elle sera mienne. Je ne resterai plus chez quelqu'un d'autre ». Ça m'a vraiment surpris. Moins de deux ans depuis ma promesse, j'ai réalisé mon rêve. J'avais l'intention de construire en septembre 2017, mais deux jours avant, j'avais des problèmes avec l'homme qui m'a vendu ce terrain. J'ai dû tout annuler jusqu'en mars cette année et enfin la pendaison de la crémaillère fin avril 2018. C'est différent quand on a une maison, les gens me demandant toujours mon domicile chaque fois que je les rencontre. Je ne vais pas continuer à leur dire : je vis toujours chez ma mère. Quelle honte ! Malgré les difficultés, je trouve que le homestay se développe encore assez bien. Les touristes arrivent régulièrement. Plus tard, j'aimerais avoir un petit homestay à moi, style familial intime de deux ou quatre chambres et j'assurerais moi-même le service. Pour le faire, il me faudrait trouver un bon terrain bien placé, vers les quais et non loin des routes. Mais ça c'est l'avenir, maintenant je m'occupe des études de ma fille, qu'elle puisse faire tout ce qui l'intéresse.

Annexe 16 : Extraits d'entretien (RG.15-M. Nguyen)

Je suis né en 1990. Enfant, je faisais environ 4 km pour aller à l'école primaire puis au collège. Autrefois, il n'y avait pas de route devant ma maison. Il nous fallait prendre celle de derrière, chez les voisins. À cette époque, les chemins étaient en très mauvais état : larges de 20-30 cm, avec des ponts-singe toutes les dizaines de mètres. A marée haute, on glissait et tombait dans l'eau, mouillés de la tête aux pieds. On allait à l'école comme si on allait à la piscine. Il n'y avait pas encore de scooter. Maintenant, cette rue fait 2 mètres de large. En 2002, avec le développement des rues en goudron, j'allais à l'école primaire à pied. A partir de la 4è-3è, j'étais en vélo. Je me souviens : 1997, début de l'électricité, 1999, le téléphone fixe, 2004 ou 2005, Internet, mais de mauvaise qualité. Parfois, on s'en passait, le débit étant tellement lent ! En 2004, j'étais lycéen à Vinh Long. À cette époque, j'étais concentré sur mes études, n'aidant ma famille qu'en cas de besoin. Mon baccalauréat en poche, en 2007, j'ai suivi des études d'informatique, un programme en collaboration entre Vinh Long et l'Inde, la plupart de mes camarades cherchant du travail ou continuant des études supérieures, niveau bac plus 2 ou 4. C'était la période des travailleurs exportés à l'étranger, beaucoup de jeunes en faisaient partie. D'autres sont allés à Saigon chercher du travail.

Ayant terminé ce programme en 2010, je suis allé à Can Tho pour travailler pendant presque 3 ans. Je gagnai bien ma vie en fait à Cân Tho. Travaillant loin de ma famille, j'avais beaucoup d'amis et de relations, je passai mon temps à visiter divers endroits. Mais les coûts d'hébergement, ceux liés aux relations sociales restent inévitables… Pour finir, il ne me restait pas grand-chose. Incapable de savoir bien épargner, j'ai décidé de rentrer chez moi pour aider ma famille. D'autant plus que depuis 2011, nos affaires se sont bien développées, les touristes affluaient en grand nombre chez nous, grâce à nos collaborations avec divers partenaires. En plus, il nous manquait du personnel, nous avions encore un jardin de 2000 m² à prendre soin derrière la maison.

Début 2013, je rentrai chez moi pour aider notre homestay, surtout dans les affaires extérieures : soigner le jardin, servir les touristes et m'occuper des réservations en ligne. Début 2014, je commençai une inscription sur Tripadvisor, gratuite la première année, puis payante par la suite. Grâce à l'augmentation du nombre de recherches sur Tripadvisor, les touristes sont venus plus nombreux. Avant, les touristes connaissaient mon homestay seulement à travers les guides touristiques publiés. En 2014, nous avions fait construire une nouvelle partie de 5 chambres, développant ainsi nos chances de collaborer avec des agences envoyant de grands groupes de touristes. À ce moment-là, dans le Delta du Mékong, il n'y avait pas beaucoup de homestays qui utilisaient le service de Tripadvisor. Dès le début de 2015, plusieurs homestays ont créé un compte sur Tripadvisor, booking... mais jusqu'à présent, la plupart d'entre eux ne disposent pas de site propre. Il faut reconnaître qu'avec Tripadvisor, le nombre de touristes est satisfaisant. Fin 2014 à début 2015, les touristes étaient extrêmement nombreux, toutes les chambres étant louées certains jours, surtout en novembre et décembre. Fin 2015 à début 2016, nous avions moins de clients, beaucoup de homestays avaient créé un

compte sur tripadvisor.com, booking.com, agoda.com…et les provinces à proximité avaient bien développé leur homestays comme Bên Tre, Cân Tho, An Giang.

En gros, depuis que je travaille avec notre homestay, mon revenu reste relatif, mais par contre, je peux économiser plus : environ 5 millions par mois, évitant ainsi les frais de logement et nourriture, seuls à régler mes propres besoins dans les fêtes, les relations sociales et les voyages, une somme nettement supérieure à celle épargnée à Can Tho. La plupart de mes camarades ne travaillent pas dans leur spécialité, mais dans tout domaine possible. Certains restent à la campagne aider leurs familles, devenir agriculteurs, ou petits commerçants. Certains ont un bon salaire (40-50 millions par mois), mais ils se plaignent souvent : stress dans le travail, manque de temps pour leur famille…Actuellement, je suis content de ma vie : vivre dans de bonnes conditions, avoir la chance d'échanger avec les touristes dans une langue étrangère et m'entourer d'un bon environnement frais, confortable. J'ai un travail le jour, je me repose la nuit. C'est tout ! Ça me convient parfaitement ! Dans 10 ans, je continuerai à travailler dans le homestay, mais ce que j'aimerais, c'est de monter un tour opérateur, avec plus de moyens, d'expériences et de diplômes. Mais c'est l'avenir.

Annexe 17 : Régression logistique binaire

Le tableau suivant est le tableau des données sur lesquelles nous avons procédée à des régressions logistiques en utilisant le logiciel XLStat Pro (maximisation de la fonction de vraisemblance en utilisant l'algorithme de Newton-Raphson, arrêt après 100 itérations ou en cas de convergence = 0,000001)

Tableau 34 :Facteurs explicatifs d'ouverture d'un homestay

Code	Homestay	Patrimoine immobilier	Niveau d'étude	Milieu social	Lien avec le tourisme
RP01	1	3	4	4	1
RP02	1	5	4	6	3
RP03	1	1	1	2	2
RP04	1	5	1	3	0
RP05	1	7	4	2	0
RP06	1	2	2	1	2
RP07	1	5	4	5	2
RP08	1	4	4	6	2
RP09	1	3	1	2	1
RP10	1	4	2	5	2
RP11	1	6	3	4	1
RG12	1	4	2	5	2
EH20	0	3	1	2	1
EH21	0	2	2	4	0
EH22	0	2	3	5	0

La régression logistique avec les quatre variables donne les résultats suivants.

La qualité de l'ajustement est très bonne : R^2 (McFadden) = 0,815 ; R^2 (Cox and Snell) = 0,558 ; R^2 (Nagelkerke)= 0,882 et de fait, il n'y a qu'une personne qui est mal classée par le modèle (EH20 aurait dû ouvrir un homestay selon le modèle).

Le test de Hosmer-Lemeshow donne une valeur p de 1,000 > au risque d'erreur de 5%, ce qui validerait le modèle si le nombre de données était suffisant.

Le rapport de vraisemblance est de 12,239 pour un nombre de degrés de liberté de 4, et une p-valeur de 0,016, ce qui veut dire qu'au risque de 5%, nous devrions rejeter l'hypothèse de nullité de tous les coefficients du modèle et donc que le modèle serait globalement significatif.

Par contre, le test de Wald indique qu'aucun des coefficients n'est individuellement significativement différent de zéro (p-valeurs respectives de 0,99 ; 1,00 ; 0,99 ; 0,99 pour les variables « patrimoine immobilier », « niveau d'étude », « milieu social » et « lien avec le tourisme »), et que pris globalement, l'ensemble des coefficients n'est pas significativement différent de zéro (valeur p de 1) en contradiction avec le rapport de vraisemblance. Cette contradiction entre les résultats du rapport de vraisemblance et du test de Wald est fréquente dans le cas de petits effectifs pour lesquels le test de Wald manque de précision.

Liste des tableaux

Tableau 1 : Concepts de homestay dans les différents pays 20
Tableau 2 : Dix projets de tourisme communautaire réussis dans la région de l'APEC..... 24
Tableau 3 : Les facteurs de réussite du tourisme homestay..... 28
Tableau 4 : Les effets positifs du tourisme homestay sur le développement humain 32
Tableau 5 : Type de participants aux entretiens 57
Tableau 6 : Codage des entretiens 59
Tableau 7 : La liste des thèmes et des sous-thèmes dans l'analyse des données 60
Tableau 8 : Type des informateurs..... 62
Tableau 9 : Répartition des entretiens selon les méthodes d'échantillonnage..... 62
Tableau 10 : Codage des récits de vie 64
Tableau 11 : Les trois niveaux d'analyse de Bar-On..... 64
Tableau 12 : Questions simples de la méthode QQQOCP..... 65
Tableau 13 : Développement macroéconomique au Vietnam 2007-2018..... 69
Tableau 14 : Nombre des touristes au Vietnam (1990-2000)..... 73
Tableau 15 : Milliers d'arrivées de touristes internationaux d'Asie du Sud-Est 77
Tableau 16 : Marchés émetteurs de touristes internationaux au Vietnam en 2018..... 77
Tableau 17 : Nombre d'hôtels et de chambres pour la période 2010-2018..... 80
Tableau 18 : Hôtels et chambres selon le classement en 2018 80
Tableau 19 : Contribution du tourisme entre 2013 et 2017 82
Tableau 20 : La compétitivité du tourisme au Vietnam 83
Tableau 21 : la structure économique de Vinh Long..... 97
Tableau 22 : Macroéconomie de la province de Vinh Long (2009-2018) 98
Tableau 23 : Les activités principales du programme de la visite..... 106
Tableau 24 : La liste des homestays à Vinh Long 109
Tableau 25 : Année d'établissement des entreprises rurales au Vietnam (1976-1995)..... 114
Tableau 26 : Croissance réelle du PIB et taux d'inflation (1985-1993) 115
Tableau 27 : Obstacles rencontrés par les entrepreneurs de homestay en Malaisie..... 127
Tableau 28 : Lien avec le tourisme des futurs entrepreneurs de homestay..... 140

Tableau 29 : Raisons de la participation aux homestays dans l'île d'An Binh.....141
Tableau 30 : Raisons de non-participation aux homestays dans l'île d'An Binh.....144
Tableau 31 : Entrepreneurs et voisins (fond gris) en regard de 3 éléments explicatifs.....144
Tableau 32 : Touristes étrangers dormant en homestay dans l'île d'An Binh (2011-2018) ..152
Tableau 33 : Le nombre d'emplois dans les homestays de l'île d'An Binh 170
Tableau 34 :Facteurs explicatifs d'ouverture d'un homestay.....282

Liste des figures

Figure 1 : La contribution du tourisme au développement durable humain.....18
Figure 2 : Différence entre tourisme communautaire et homestay.....22
Figure 3 : Un cadre conceptuel de l'approche par capabilités.....44
Figure 4 : Cadre conceptuel de la recherche.....45
Figure 5 : Méthodes utilisées dans notre recherche.....48
Figure 6 : Procédure administrative.....51
Figure 7 : Situation géographique du Vietnam 68
Figure 8 : Dépense moyenne des touristes internationaux par séjour au Vietnam 78
Figure 9 : Le nombre moyen de jours d'un touriste international par séjour au Vietnam.....78
Figure 10 : Evolution du nombre de touristes domestiques.....79
Figure 11 : Dépense quotidienne des touristes domestiques individuels au Vietnam.....79
Figure 12 : Budget de promotion touristique par pays en 2016.....84
Figure 13 : Pays exemptés de visa au Vietnam et chez quelques voisins en 2018 85
Figure 14 : Structure économique du delta du Mékong en 2015 91
Figure 15 : Nombre d'arrivées de touristes dans le delta du Mékong (2010-2017) 92
Figure 16 : Répartition des touristes internationaux dans le delta du Mékong en 2016 93
Figure 17 : La répartition des touristes domestiques dans le delta du Mékong en 2017.....93
Figure 18 : Le chiffre d'affaire du tourisme du delta du Mékong (2010-2017) 94
Figure 19 : La situation géographique de Vinh Long.....95
Figure 20 : Le nombre des touristes étrangers à Vinh Long (1994-2000).....101
Figure 21 : Le nombre des touristes à Vinh Long (2013-2017) 102

Figure 22 : La nationalité des touristes internationaux à Vinh Long en 2016.....103
Figure 23 : Le chiffre d'affaires du tourisme de Vinh Long (2015-2018).....103
Figure 24 : La situation géographique de l'île d'An Binh.....104
Figure 25 : Eléments clés de la réussite d'un entrepreneur 148
Figure 26 : Trois facteurs de la réussite.....149
Figure 27 : Modèles et plan d'ensemble des maisons 153

Liste des encadrés

Encadré 1 : Portrait des premiers visiteurs étrangers à Vinh Long.....99
Encadré 2 : La venue de l'équipe du Calypso 107
Encadré 3 : « Mon Dieu, nous avons dormi au paradis ! ».....115
Encadré 4 : Disparition mystérieuse de 8 touristes 117
Encadré 5 : Les activités nocturnes chez habitant 119
Encadré 6 : Conflits entre l'agence de voyage et les propriétaires des homestays.....121
Encadré 7 : Portrait de M. Sáu Giáo 125
Encadré 8 : Portrait de M. Tam Ho.....125
Encadré 9 : L'intention personnelle et la création d'un homestay 138
Encadré 10 : Témoignages d'employés de homestay 171
Encadré 11 : Les emplois liés à la présence des homestays.....171
Encadré 12 : Témoignage d'un artiste de Đờn ca tài tử Nam Bộ.....172
Encadré 13 : Des emplois liés à la présence des touristes 174
Encadré 14 : Les habitants apprécient la présence des touristes et leur rendent service 175
Encadré 15 : Le bonze qui voulait profiter du tourisme.....177
Encadré 16 : 178

Liste des photos

Photo 1 : Une scène du film l'Amant.....100
Photo 2 : Le jardin bonsaïs de M. Sáu Giáo (chez son cadet actuel).....106
Photo 3 : Les cartes de visite de M. Sáu Giáo.....107

Photo 4 : Photo offerte par l'équipe de « Calypso » 107
Photo 5 : Commentaires de visiteurs étrangers dans les livres d'or de M. Sáu Giáo 108
Photo 6 : Publicité pour des homestays sur le poteau électrique 112
Photo 7 : Lits de camp au homestay de Muoi Day 120
Photo 8 : M. Sáu Giáo avec un touriste étranger 125
Photo 9 : M. Tam Ho au milieu de deux touristes étrangers 125
Photo 10 : Décoration des plats au homestay de Ba Linh 156
Photo 11 : Affiche de présentation de M. Tam Tien aux États-Unis 164

Liste des annexes

Annexe 1 : Les effets du tourisme homestay en termes de développement humain 236
Annexe 2 : Procédure administrative de gestion des homestays à Vinh Long 245
Annexe 3 : Carte d'enseignant universitaire 246
Annexe 4 : Lettre de recommandation 247
Annexe 5 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des autorités locales 248
Annexe 6 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des entreprises touristiques locales 249
Annexe 7 : Fiche d'entretien semi-directif auprès des habitants 250
Annexe 8 : Fiche d'entretien semi-directif auprès d'intervenants des informations 251
Annexe 9 : Extraits d'entretien (RP.02-Mme Binh) 252
Annexe 10 : Extraits d'entretien (RP.06-M. Nam) 257
Annexe 11 : Extraits d'entretien (RP.07-M. Nghiep) 263
Annexe 12 : Extraits d'entretien (RP.09-M. Tam Tien) 265
Annexe 13 : Extraits d'entretien (RP.11-M. Truong) 271
Annexe 14 : Extraits d'entretien (RG.12-Mme Hoang) 273
Annexe 15 : Extraits d'entretien (RG.14-Mme Oanh) 275
Annexe 16 : Extraits d'entretien (RG.15-M. Nguyen) 280
Annexe 17 : Régression logistique binaire 282

Table des matières

REMERCIEMENTS **1**

RÉSUMÉ **3**

ABSTRACT **4**

LISTE DES ABRÉVIATIONS **6**

SOMMAIRE **7**

1 INTRODUCTION 8

2 LE CADRE CONCEPTUEL DE LA RECHERCHE 14

2.1 Les concepts et les relations en jeu 14

2.1.1 Le développement par le tourisme ? 14

2.1.1.1 Du développement au développement humain 14

2.1.1.2 La relation entre tourisme et développement 15

2.1.2 Le tourisme homestay et le développement humain 20

2.1.2.1 Le concept du tourisme homestay 20

2.1.2.2 Les facteurs de réussite du tourisme homestay 23

2.1.2.3 Quels effets du tourisme homestay sur le développement humain ? 28

2.1.3 L'approche par les capabilités 35

2.1.3.1 Les concepts clés 37

2.1.3.1.1 Le concept de fonctionnement 37

2.1.3.1.2 Le concept de capabilité 37

2.1.3.1.3 Le concept d'agencéité 38

2.1.3.2 Les applications de l'approche par les capabilités 38

2.2 Appliquer la relation capabilités et développement humain au cas du homestay ? 40

2.2.1 Entrepreneur et capabilités 40

2.2.2 Capabilité et développement humain dans le cas des homestays 43

2.3 Le cadre conceptuel de la recherche 44

2.4 Problématique et hypothèses de recherche 45

3 MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE 48

3.1.1 Le choix du territoire 49

3.1.2 La production de données 51

3.1.2.1 La fréquentation du territoire étudié et de ses acteurs clés pour notre recherche 52

3.1.2.2 L'observation participante 54

3.1.2.3 Entretiens semi-directifs 55

3.1.2.3.1 Les différents types de personnes interrogées 55

3.1.2.3.2 La méthode d'entretien 57

3.1.2.4 Récit de vie 60

3.1.2.4.1 Préparation et négociation d'un entretien 61

3.1.2.4.2 La conduite de l'entretien et le recueil des données 63

3.1.2.4.3 L'analyse des résultats 64
3.1.2.5 Méthodologie cartographique 64
3.1.3 La recherche bibliographique 65
4 LE TERRITOIRE ÉTUDIÉ 67
4.1 Contexte géographique et touristique 67
4.1.1 Un aperçu du Vietnam 67
4.1.2 Le tourisme au Vietnam 70
4.1.2.1 Le rôle de l'Etat dans le développement du tourisme 70
4.1.2.1.1 Avant le Doi Moi : du tourisme colonial au tourisme communiste 70
4.1.2.1.2 Après le Doi Moi : l'ouverture internationale 72
4.1.2.1.3 La place du tourisme dans la politique actuelle de développement du pays 75
4.1.2.2 Le secteur du tourisme aujourd'hui au Vietnam : une « réussite » 76
4.1.2.3 Les apports du tourisme au développement national 81
4.1.2.4 Les lacunes du tourisme du Vietnam 82
4.1.3 Le homestay, une nouvelle forme touristique au Vietnam 85
4.1.3.1 L'apparition du tourisme homestay 85
4.1.3.2 Caractéristiques du tourisme homestay au Vietnam 86
4.2 Panorama touristique du delta du Mékong, Vietnam 90
4.3 Vinh Long, une situation géographique particulière 95
4.3.1 Etat du développement socio-économique de Vinh Long 96
4.3.2 Panorama du tourisme de Vinh Long 98
4.4 Ile d'An Binh, le berceau du tourisme homestay 104
4.4.1 Un aperçu de l'île d'An Binh 104
4.4.2 Genèse du tourisme homestay 105
4.4.3 Caractéristiques des homestays de l'île d'An Binh 111
4.4.4 Activités touristiques et services aux homestay 112
4.5 Conclusion 113
5 ANALYSE DES RÉSULTATS 114
5.1 La naissance des homestays vue par les acteurs 114
5.2 Homestay et décision d'investir 124
5.2.1 Un portrait des entrepreneurs de homestay de l'île d'An Binh 124
5.2.2 La création d'un homestay : un chemin rempli d'obstacles 126
5.2.3 Facteurs déterminants du lancement d'un homestay dans l'île d'An Binh 133
5.3 Facteurs de réussite 148
5.3.1 Le cas général 148
5.3.2 Le cas de l'île d'An Binh 150
5.4 Effets du tourisme homestay sur le développement humain 163
5.4.1 Effets sur les entrepreneurs de homestay 163
5.4.2 Effets sur la communauté locale 169
6 RECOMMANDATIONS POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME HOMESTAY 182

6.1 Le tourisme homestay, une perspective d'avenir *182*
6.2 Recommandations pour un développement pertinent du tourisme homestay *183*
6.2.1 Diversité des activités touristiques 183
6.2.2 Préserver l'authenticité 183
6.2.3 S'intéresser aux touristes domestiques 185
6.2.4 Rôles du gouvernement local 187
6.3 Recommandations pour le développement humain *189*
7 CONCLUSION 191
8 BIBLIOGRAPHIE 196
9 ANNEXES 236
LISTE DES TABLEAUX 283
LISTE DES FIGURES 284
LISTE DES ENCADRÉS 285
LISTE DES PHOTOS 285
LISTE DES ANNEXES 286
TABLE DES MATIÈRES 287