

Debat sur " Défis du Développement Local et du Micro Développement"

Selon l'OCDE, "Le développement local est le processus de construction de communautés plus fortes et plus dynamiques, où les opportunités économiques se développent et où tous les résidents peuvent jouir d'une qualité de vie élevée. Il s'agit de créer des emplois et d'être compétitif, mais pas seulement. Des questions telles que l'inclusion, le lien social et la fierté civique sont également au cœur d'une approche moderne du développement local.

Diverses stratégies de transformation réussie des lieux sont nécessaires pour obtenir des résultats durables. Les dirigeants locaux et les décideurs politiques devront diversifier l'économie locale en s'appuyant sur les compétences transférables, en redoublant d'efforts pour exploiter les avantages comparatifs et en tirant parti de l'intégration dans les chaînes de valeur mondiales".

C'est dans ce cadre, que le Forum Ibn Khaldoun pour le développement, a invité Mr Salah Hannachi, ancien ministre et vice-président de l'association pour introduire et animé un débat sur " **Défis du Développement Local et du Micro-Développement**" et ce le mardi 25 mars 2025.

I. Introduction : The Micro-Développement et le Développement Local

Beaucoup de pays, pour ne pas dire tous les pays, ont confronté surtout pendant les périodes de forte croissance économique, les défis de l'inégalité de développement, de qualité de vie entre les régions et entre les zones rurales et les villes, et les centres urbains et métropolitains.

De même ont-ils confronté le défi du développement dans les zones rurales où la topographie du territoire, comme dans les régions montagneuses, le climat, ou le milieu social et culturel, ne se prêtent pas aux solutions conventionnelles de politiques ou de stratégies d'encouragement de grands investissements industriels de production manufacturière de masse.

Ces inégalités de revenu ou de qualité de vie engendrent des défis sociaux graves tels l'exode rural, le vieillissement de la population, voire même la dépopulation des régions et même des villages ruraux, et la naissance de quartiers urbains dit « populaires », où les revenus et les conditions de vie sont fortement dégradés.

Pour corriger ces déséquilibres, certains pays ont essayé des politiques nationales d'encouragement de développement local par des politiques de subvention à la production locale, agricole, artisanale et autre.

Souvent ces solutions construites au niveau national, top-down, centralisées et inévitablement standardisées, ne tiennent pas compte des différences et des spécificités distinctives, en particulier des zones rurales.

Les solutions plus Bottom-up, s'appuyant sur les pratiques locales, le potentiel et le savoir-faire endogène, se sont avérées plus efficaces parce que plus ajustées aux particularités, et au SWOT, des villages et du milieu social, culturel et territorial.

La Tunisie a confronté de tels défis dans les années 80 et a adopté un mix de politiques nationales de subvention aux produits de base et de projets de micro-développement. La Tunisie a aussi adopté des programmes de projets de développement local intégré "PDI", dans les zones rurales et les quartiers urbains dits « populaires », tels que les PDRI, les PDUI, les PNRQP, les PNAQP, le programme 26-26, le microcrédit, etc.

Ces programmes focalisent sur l'infrastructure, les équipements collectifs, la protection des ressources et de l'environnement, les chemins vicinaux, l'accès à l'eau et à l'électricité. Ils focalisent aussi sur l'emploi des diplômés de l'université et des centres de formation professionnelle, l'empowerment des femmes, et la promotion de projets de production agricole et non-agricole.

La COVID-19 a remis les concepts de proximité, d'autonomie et de développement endogène au cœur des préoccupations des décideurs politiques et des entreprises, tant au niveau national, régional que local. OVOP a donc pris une importance accrue en tant que mécanisme de développement local et micro-endogène. OVOP se concentre sur la glocalisation des produits locaux, agricoles et non agricoles, matériels et immatériels, simples ou composés, issus des communautés et du patrimoine.

II. Genèse de OVOP au Japon

Le Japon a connu, entre les années 1960 et 1980, une croissance industrielle et économique rapide. Cette croissance était centrée sur les zones urbaines, laissant les zones rurales relativement à la traîne. Elle a engendré un grave problème d'inégalité de revenus et de qualité de vie, et d'exode rural transformant les grandes villes en pôles d'attraction pour les jeunes et les populations rurales. L'exode rural a engendré à son tour des défis de vieillissement et de dépeuplement pour les zones rurales et les villages. Pour relever ces défis, le gouvernement central japonais à Tokyo a mis en œuvre des politiques nationales de promotion de la riziculture et a subventionné les prix élevés du riz. Cependant, ces politiques centralisées et imposées par le haut n'étaient pas toujours adaptées aux contextes locaux et leur impact était limité.

A. Défis ruraux, politiques et solutions nationales

1. Défis ruraux

- a. Faibles niveaux de revenus
- b. Faible satisfaction quant à la qualité de vie
- c. Vieillesse
- d. Exode vers les grandes villes
- e. Dépeuplement

2. Politiques nationales et solutions aux défis ruraux

- a. Riziculture subventionnée et surprix du riz
- b. Investissement industriel direct en milieu rural
- c. Équipements de loisirs ruraux

3. Impact :

- a. Décevant

B. Village d'Oyama à Oita-Yahata :

En 1961, Yahata, président de la coopérative agricole d'Oyama, un village d'Oita, a imaginé et mis en œuvre des politiques alternatives, adaptées au contexte local. Ces politiques ascendantes, sous le nom de NPC « Nouvelles Prunes et Châtaignes », avec le slogan « Cultivons de nouvelles Prunes et Châtaignes et voyageons à Hawaï », ont promu des activités économiques et des produits adaptés à la région.

1. 1961 : NPC1 - Nouvelles Prunes et Châtaignes,
2. 1965 : NPC2 - Combinaison de personnalités néo,
3. 1969 : NPC3 - Communauté du Nouveau Paradis,
4. Résultats : succès,
5. 1979 : NPC ◇ OVOP.

Cette stratégie a permis d'améliorer considérablement les revenus à Oyama, dans la préfecture d'Oita

C. De NPC a OVOP

Motohiko Hiramatsu, d'abord vice-gouverneur de Oita en 1975, puis gouverneur en 1979, s'est intéressé au concept NPC et l'a étendu à de nombreux villages de la préfecture d'Oita sous le nouveau nom d'O.V.O.P. (Un village, un produit, Isson-Ippin en japonais). Le Gouverneur visait à :

1. Améliorer les revenus ruraux,
2. Lutter contre l'exode rural,
3. Améliorer la qualité de vie.

Au vu du grand succès de ce mouvement à Oita, le concept OVOP a été étendu à de nombreux villages et zones rurales de nombreuses préfectures du Japon.

D. OVOP International

Le JETRO, organisation relevant du METI (Ministère de l'Economie, du Commerce international et de l'Industrie) a ensuite étendu l'OVOP à certains pays, d'abord en Asie, notamment en Thaïlande, puis en Amérique. En 2005, le Premier ministre japonais Junichiro Koizumi a proposé et plaidé l'OVOP au niveau international, à l'OMC et au G8, comme instrument d'APD pour promouvoir le commerce dans les pays en développement et les intégrer au commerce international. La JICA a ensuite adopté le concept OVOP comme instrument diplomatique et l'a étendu à l'Afrique, d'abord au Malawi et en Tanzanie, puis à d'autres pays africains.

Liste des pays africains OVOP.

L'OVOP s'est avéré être un concept/instrument puissant et polyvalent pour promouvoir le développement rural, lutter contre l'exode rural, combattre la pauvreté et promouvoir le micro-développement dans les zones rurales, les villages et les quartiers urbains. En 2008, l'ONUDI s'est également intéressé à ce concept, estimant qu'il répondait à son engagement en faveur du développement rural et de la réduction de la pauvreté. A son tour la FAO y a vu un instrument de transformation et de développement agricole

E. OVOP ONUDI, FAO

1. ONUDI (2008) : PAMPAT en Tunisie ; OVOP en Ouzbékistan
2. FAO (2021) : OCOPP, One Country One Priority Product

L'ONUDI s'est fortement intéressée au Mouvement OVOP comme à la fois un instrument de lutte contre la pauvreté, mais surtout comme un instrument de développement rural endogène, s'appuyant sur le potentiel local et régional endogène de développement. Elle l'a introduit en Indonésie et plusieurs autres pays.

L'ONUDI, en partenariat avec l'Ambassade de Suisse en Tunisie et " l'APIA", Agence de Promotion du développement Agricole, a fait l'essai du concept. Elle l'a d'abord mis en application avec les figues de Djebba dans le Gouvernorat de Béja sous le label PAMPAT, Projet d'Accès au Marche des Produits Agroalimentaires de Terroir. L'expérience s'est avérée un succès et a été étendue à beaucoup d'autres produits, localités et régions.

III. Performances d' OVOP

OVOP s'est avéré être :

A. Un instrument polyvalent de micro-développement « complet »

1. Économique

- a. Amélioration des revenus ruraux (Japon),
- b. Différenciation des produits,
- c. Amélioration de la valeur ajoutée,
- d. Accès au marché (PAMPAT Tunisie), promotion des exportations (OTOP Thaïlande), priorités agricoles nationales (OCOPP, One Country One Priority Product, adopté en 2021 par la FAO),
- e. Tourisme rural d'Hospitalité (tourisme Onsen, tourisme en famille d'accueil), etc.

2. Social

- a. Lutte contre l'exode rural,
- b. Réduction de la pauvreté,
- c. Développement communautaire,
- d. Rajeunissement des villages vieillissants,
- e. Développement du leadership local.

3. Culturel

- a. Qualité de vie dans les zones rurales, les villages et les quartiers urbains,
- b. Fierté de l'identité rurale, villageoise et de quartier, promotion et préservation du patrimoine,
- c. Éco-intelligence,
- d. Intelligence sociale,
- e. « Glocalisation » des mentalités, des communautés et des économies (Devise du village d'Oyama : PNJ : « Cultivons de nouvelles prunes et de nouveaux châtaignes et voyageons à Hawaï ! » – **Pédagogie Glocalisation**)

B. Valable pour une grande variété de pays

1. Pays développés et en développement,
2. Petits et grands pays,
3. Économies de marché et économies centralisées,
4. Pays de cultures et de religions différentes.

C. Un concept multisectoriel, multi-produit, matériel et immatériel

1. Produits agricoles, artefacts et industriels,
2. Produits matériels et produits immatériels (services),
3. Produits transnationaux,
4. Intégrateur,
5. Synergie,
6. Partenariats,
7. Recherche,
8. Image de marque, lieu, produit et savoir-faire.

IV. Spécificités de l'expérience Japonaise

A. Focalisation sur les produits

A la différence de beaucoup de pays en développement, et même développés, le Japon a une excellente infrastructure sur tout le territoire, même dans l'arrière-pays le plus reculé. Il a donc pu concentrer l'effort pour le micro-développement ou le développement endogène local, sur la production et les produits, plus que sur l'infrastructure, les chemins vicinaux, les équipements collectifs, ou l'accès à l'eau, l'électricité, etc., comme ce fut le cas pour la Tunisie, dans le mouvement PDI.

B. Focalisation sur la Glocalisation

De même, le profil du gouverneur Hiramatsu, ancien DG du tout puissant MITI, Ministère de l'Industrie et du Commerce International, aujourd'hui METI, et la culture industrielle du Japon, fortement branché sur l'économie globale, sur la Qualité, l'Emballage, et l'exportation, ont fortement influencé l'orientation de OVOP à Oita, et au Japon, et dans les pays asiatiques. Ces facteurs ont fortement élevé les standards et les processus OVOP, un mouvement de développement local, vers la Glocalisation. D'où le slogan/le moto, le cri de guerre de la première initiative O.V.O.P, appelle alors NPC, a Oyama :

« Cultivons des marrons et des prunes et allons-nous en a Hawai ! »

C. Focalisation sur les Processus de Groupe

Enfin, le Japon, comme tous les pays asiatiques de traditions confucéennes sont réputés pour leurs sens très fort de valeurs, de solidarité et de sens communautaire. Aussi, le niveau élevé d'éducation de la population, y compris les populations rurales, facilitent la formation et l'inculcation de nouvelles idées et de nouveaux procédés. Le Japon a réalisé l'alphabétisation totale tôt au 19ème siècle. Ces caractéristiques sociales et culturelles ont conduit à donner une grande priorité aux soft skills, c'est-à-dire à la formation aux manifestations de groupe et à l'intelligence émotionnelle, sociale, et culturelle, à côté des ateliers de formation et d'inculcation de compétences techniques. Elles ont beaucoup facilité l'organisation et l'efficacité des programmes de formation et des processus de groupe, Team building, Community building, Leadership, etc.

Cela a conduit à substituer au concept de **terroir** le concept de **milieu social, culturel et territorial** comme le souligne Denis Maillot de l'université de Neuchâtel en Suisse :

« La constatation a été faite qu'il fallait placer les ressorts du développement à l'intérieur même des communautés locales et régionales.... La notion de milieu indique qu'il existe une autre logique de développement, une logique qui part des territoires, ou plutôt des systèmes socio-territoriaux. On peut ainsi montrer qu'il existe des dynamiques territoriales spécifiques qui fonctionnent de telle manière que le développement d'une région, ou d'un secteur urbain, n'est pas subordonné à sa seule capacité d'attraction d'établissements ou de filiales de grandes entreprises, mais qu'il dépend de son aptitude à susciter des initiatives locales, à générer un tissu de nouvelles entreprises et à mettre en œuvre une dynamique territoriale de l'innovation ».

Cela a conduit à donner une importance majeure dans les programmes de formation, non seulement à la formation technique d'inculcation de savoir-faire, mais aussi aux programmes d'animation et d'initiation aux processus communautaires de groupe et aux concepts associés de :

- **Terroir** → **Milieu social, culturel et territorial (m.s.c.t)**
- **Local, Global** → **Glocalisation**
- **Glocalisation** → **DRDA: Des Racines et Des Ailes**
- **Développement Endogène Local** → **Développement Endogène Global**
- **Leadership**
- **Team Building,**
- **Community Building, etc.**

Cette grande attention, stratégique, à la dimension sociale et culturelle et aux processus de groupe rapproche **OVOP** des concepts et des actions de l'**ESS**, économies sociale et solidaire.

V. OVOP appliqué au TOI

TOI désigne le Tourisme Onsen (Thermalisme) et du Tourisme Immersif (Maison d'Hôtes et de Gîte).

Une table ronde a été organisée le 11 octobre 2024 sur le tourisme de thermalisme à l'Office National du Thermalisme et de l'Hydrothérapie, présidée par La DG de l'Office, Ms Chahnez Guizani. Nous avons présenté à cette occasion le rapport de stage en Tunisie de Atsushi Morita, un étudiant japonais de l'Université de Takasaki, encadré par Salah Hannachi, sur le Tourisme de Thermalisme, appelé au Japon **Tourisme d'Onsen**.

A. Thermalisme et Tourisme de Gîte, Moteurs de Développement Local Endogène et Foyers OVOP,

La thèse générale de la présentation est que :

1. Le réseau de sources thermales en Tunisie offre le potentiel de devenir un réseau national de foyers de bien-être pour les populations de base locales,
2. Ce réseau a aussi le potentiel d'être un réseau de foyers-moteurs de développement local décentralisé fédérateur de produits agricoles et artisanaux, de traditions et d'évènement culturels de patrimoine, de services, et de secteurs pour les populations locales de base locales, rurales et urbaines.
3. Chaque source thermale peut constituer ainsi, un point focal de développement décentralisé et un levier de lancement d'une nouvelle région de tourisme hors-littoral, de nouvelles saisons touristiques off-season, extra-estivales pour l'hiver, le printemps et l'automne.
4. Le thermalisme offre l'occasion d'introduire et de faire de la thalassothérapie off-shore et de nouveaux produits touristiques haut de gamme, à haute valeur ajoutée et à haut contenu local, comme les produits de soin, les produits de bien-être, les produits de terroir (PAMPA~ OVOP), l'aromathérapie, la synapse thérapie, etc., et de nouveaux marchés touristiques et économiques.
5. Les résultats du débat seront capitalisés pour continuer nos efforts de promotion en organisant une table ronde sur le même sujet au Japon à l'occasion de Osaka Expo en 2025.
6. Participeront aussi à cette table ronde, un groupe japonais de Tokyo, dirigé par le Dr Kojou, intéressé par l'investissement et la promotion en Tunisie, à Beni Mtir, et à Korbous, de la Synapse Thérapie, un nouveau produit et d'autres produits de bien être, de haut de gamme et de haute valeur ajoutée. Le Dr Kojou a effectué déjà trois visites de prospection en Tunisie. Il reviendra le 23 avril, 2025.
7. Cette vision-cadre pourra être aussi présentée et promue à l'occasion de TICAD 9 à Yokohama au Japon en aout 2025, en partenariat avec la Chambre de Commerce Tunisie-Japon et l'Association d'Amitié Tunisie-Japon.
8. Faisant suite à cette table ronde et au débat sur le sujet, et encouragés par la récente visite du Ministre du Tourisme à la station Green Hills à Beni Mtir, nous avons organisé le 18.01.2025 une table ronde de suivi.
La table ronde a approfondi le débat en mettant à contribution l'opinion M. Kitayama, expert sur au thermalisme. Il a travaillé avec des centres de thermalisme et a réhabilité quelques stations au Japon, pays référence en matière de Tourisme de Thermalisme, ou Tourisme Onsen.
9. La table ronde a élargi aussi le débat aux autres parties prenantes, en l'occurrence le Ministère du Tourisme, en particulier l'Office National du Tourisme, et le Ministère du Développement et d'autres parties prenantes publiques et privées.
10. L'ONTH a un programme très ambitieux de projets de complexes de tourisme thermal, Onsen Tourisme

11. La complexité technique et financière et la taille de ces projets fera en sorte que la mise en œuvre et la contribution de ces projets prendra beaucoup de temps.
12. Les projets de Korbous et de Beni Mtir, par exemple, ont pris des moyens techniques et financiers et des délais très importants pour être réalisés.
13. Le contexte national, régional en Europe et dans le voisinage euroméditerranéen et international laisse pressentir qu'il en sera encore plus le cas au futur proche pour ce type de projet.
14. L'articulation du Tourisme de Gîte et du mouvement OVOP autour des sources thermales représente une solution d'intérim, de transition, d'essai et de marketing.
15. Il y a aussi une expérience PAMPAT pionnière et flexible, fortement inspirée de OVOP.
16. Il y a un mouvement fort de développement de tourisme de gîte et de tourisme de thermalisme.
17. Le Japon est un pays référence dans le thermalisme. Il est pour le thermalisme, ce que la Suisse est pour le ski et le tourisme de montagne.
18. De même est-il le pays de naissance du concept et du mouvement de micro-développement et de développement local endogène, OVOP.
19. La coopération avec le Japon, pays référence à la fois dans le tourisme Onsen (thermalisme) et pionnier du mouvement OVOP, devenu un mouvement international, et mis en œuvre en Tunisie, sous le label PAMPAT pourrait aider à mettre en pratique cette solution.
20. Présenter cette solution comme une solution, et un exemple pilote pour la Tunisie et pour d'autres pays, de bien-être et de santé, de connectivité, et de empowerment (empowering) les diplômés, les femmes, les jeunes et des segments vulnérables de la société à Osaka Expo et de développement durable endogène au TICAD à Yokohama, pourrait être un argument fort et convaincant pour le Japon et pour les parties prenantes de TICAD
21. Nos relations avec la JICA, les institutions et les départements compétents du gouvernement à Tokyo et au Japon et avec quelques régions au Japon, comme Oita, Ishinomaki, Miyazaki, etc., doivent être mises à contribution.
22. Enfin OVOP s'avère être aussi un instrument pédagogique puissant pour l'immersion des jeunes étudiants ingénieurs et de toutes les disciplines dans la réalité sociale, rurale et urbaine, pour l'intelligence émotionnelle, sociale, culturelle, écologique, la pratique du travail en projets par équipe multinationales, etc.

VI. Coopération internationale

A. Oita, Kyushu, Ibaraki et Gumma

Le Japon est un pays de référence en matière de thermalisme et de Tourisme de thermalisme. Il est pour le thermalisme ce que la Suisse est pour le Ski et le tourisme de ski.

La Préfecture de Oita au Japon est l'initiateur du concept et du mouvement OVOP. Beppu, dans la préfecture de Oita est l'une des villes de thermalisme les plus connues au Japon. Elle est aussi le siège de APU, Asia Pacific University, fondée aussi par Hiramatsu en 2000, enseignant en Anglais, et fortement orientée sur l'international.

La Tunisie a développé des relations fortes avec Oita. Le Gouverneur Hiramatsu a été nommé Consul General de Tunisie en 2005

APU a signé un MOU avec SMU (South Mediterranean University) en 2022.

Nous avons de même une relation PIK avec l'Université de Tsukuba et d'autres universités.

Enfin depuis deux années nous cultivons une relation PIK et GPS avec Kyushu Université et Takasaki City University of Economics

VII. Recommandations

- A. Une Journée OVOP avec les parties prenantes en Tunisie
- B. Rencontre OVOP à faire l'occasion de Osaka Expo 2025 avec Oita
- C. Meilleure connaissance du concept et l'expérience internationale OVOP
 1. Recherche,
 2. Etudes comparatives d'expériences nationales et internationales OVOP,
 3. Cas Vivants OVOP

- D. Forum International OVOP avec APU, MSB, TBS, Académie des Chefs et d'autres les pays ayant un programme OVOP en cours, et l'ONU, GIZ, DVV, AFD, APIA, ENDA-Arabe, AATUJA, ATLAS
- E. Réalisation d'actions OVOP (Kaki),
 - 1. Recettes de terroir, restaurants, autour des Maisons d'Hôte et des stations thermales, avec l'Académie des Chefs,
 - 2. Michi-no-Eki sur les routes à Testour et à Korbous, avec les aires de repos des autoroutes, etc., OVOP Corner dans les aéroports (~ Duty Free), et les grandes surfaces, etc.,
 - 3. Extension de OVOP a des produits non-agricoles
- F. Une Journée Onsen x OVOP Cas d'application de OVOP à ;
 - 1. Korbous,
 - 2. Beni Mtir
 - 3. Maison d'Hôte
- G. Une Journée GPS x OVOP
GPS: Gap, Project and Service based learning

H.