

2013-2014

Cycle Ingénieur, 1ère année

Semestre 6

Stage à l'étranger



Trois mois sur l'île des dieux

Ganivelle Laura

Maitre de Stage : M. GASPARINI
Tuteur pédagogique : Mme. BILLAUDEAU



ENGAGEMENT DE NON PLAGIAT

Je, soussigné(e) Ganivelle Laura déclare être pleinement conscient(e) que le plagiat de documents ou d'une partie d'un document publiée sur toutes formes de support, y compris l'internet, constitue une violation des droits d'auteur ainsi qu'une fraude caractérisée. En conséquence, je m'engage à citer toutes les sources que j'ai utilisées pour écrire ce rapport ou mémoire.

Signé par l'étudiante le 05/ 08 / 2014



**Cet engagement de non plagiat doit être signé et joint
à tous les rapports, dossiers, mémoires.**

ISTIA
62 Avenue Notre-Dame du Lac
49000 Angers cedex
Tél. 02 44 68 75 00 | Fax 02 44 68 75 01



REMERCIEMENTS

Il n'est jamais facile pour un étudiant de trouver un stage, c'est pourquoi je remercie dans un premier temps M. LANDRON et MME. DOLET qui m'ont aidé dans les démarches administratives à l'ISTIA mais aussi l'entreprise PT NAGA PUTHI ; ADVAN-TAGE Consulting de m'avoir accueillie durant trois mois.

Je tiens à remercier tout particulièrement M. GASPARINI, dirigeant de l'entreprise PT NAGA PUTHI, ADVAN-TAGE Consulting qui m'a accordé sa confiance, supervisé mon stage au jour le jour et m'a attribué des missions valorisantes.

Je remercie également MME. BILLAUDEAU et toute l'équipe de l'entreprise car chacun d'entre vous a su trouver un peu de temps pour m'aider et répondre à mes questions dans mes missions.

Toutes ces personnes ont contribué, par leur disponibilité et leur bonne humeur, à rendre mon stage enrichissant et motivant.

Faire mon stage de 1ère année d'école d'ingénieur dans votre entreprise a été un plaisir, j'ai pu apprendre beaucoup grâce à vous et surtout être conforté dans mon projet professionnel.

SOMMAIRE

Introduction.....	Page 7
-------------------	--------

I. Le monde professionnel

A. <i>Découverte du groupe</i>	Page 8
--------------------------------------	--------

1. <i>PT NAGA PUTHI</i>	Page 8
2. <i>Secteur d'activité</i>	Page 8

B. <i>Le résumé de trois mois de stage</i>	Page 9
--	--------

1. <i>Mes missions</i>	Page 9
2. <i>Le bilan</i>	Page 10

II. Bali, l'île des dieux

A. <i>Une île en danger</i>	Page 11
-----------------------------------	---------

1. <i>Destination touristique à la mode</i>	Page 11
2. <i>L'île se modernise</i>	Page 11
3. <i>Les Enjeux environnementaux</i>	Page 12

B. <i>Religion et traditions Balinaises</i>	Page 13
---	---------

1. <i>La religion avant tout</i>	Page 13
2. <i>La magie continue d'opérer</i>	Page 14
3. <i>Un tourisme culturel</i>	Page 15

Conclusion.....	Page 15
-----------------	---------

Introduction

"Les voyages sont l'éducation de la jeunesse et l'expérience de la vieillesse." Francis Bacon

Dans le cadre de ma première année de cycle ingénieur à l'ISTIA, j'ai eu l'opportunité de réaliser un stage au sein de l'entreprise PT NAGA-PUTHI ; AD-VANTAGE consulting, en Indonésie à Bali. L'objectif de ce stage est de mettre en pratique des connaissances acquises tout au long de la formation, d'assimiler des méthodes de travail au niveau professionnel, mais surtout de s'imprégner durant trois mois d'une nouvelle culture.

J'avais donc pour mission de découvrir un nouveau continent, un nouveau mode de vie, d'améliorer mon niveau d'anglais, puis de faire de nouvelles rencontres. Pour ce stage j'ai choisi de partir à Bali, une île d'Indonésie qui compte un peu près 3 890 000 habitants.

Pendant ces trois mois, j'ai été amené à travailler dans un milieu, une culture et des conditions différentes. J'ai su m'adapter, faire preuve d'entendement, de sympathie mais aussi être ouverte d'esprit. Ayant vécu à l'étranger et connaissant l'Afrique, ce voyage en Asie fut pour moi une façon d'ajouter un nouveau continent à ma liste, car je suis une « assoiffée » des voyages et je partage la pensée d'Emile Zola "Rien ne développe l'intelligence comme les voyages."

Je suis arrivée à Bali deux semaines avant le début de mon stage. J'ai donc eut l'occasion de visiter quelques sites prisés de l'île. Des sites splendides, naturels et ancestraux. De là j'ai remarqué l'importance de la religion à Bali, une religion unique, omniprésente et pleine de couleur. J'ai été surprise de constater l'avancement rapide de travaux dans la ville, des maisons, des Guest-House, des hôtels ou encore des restaurants et magasins. Tout cela pour l'arrivée des touristes. Avec les renseignements que l'on trouve sur internet au sujet de Bali et son développement, j'imaginais, avant de poser les pieds sur cette terre, une île beaucoup plus sauvage et dégagée. Mais, au premier abord, on se sent étouffé par la chaleur, l'humidité, le nombre incontestable de motos, de taxis, ou encore le son des klaxons. Puis une fois sorti de tout ce vacarme, on respire la joie, le sourire et la gentillesse des balinais, on s'émerveille devant les divers paysages de l'île.

L'île des Dieux parvient elle à préserver sa culture et ses traditions malgré la forte présence touristique ?

Dans une première partie, je parlerais des dangers du tourisme, de la pollution très présente à Bali du; à leur mode de consommation, à la sur population et à l'industrie du tourisme. Mais aussi parler de la modernisation de l'île, notamment au niveau des routes, des constructions et des infrastructures. Puis dans une seconde partie je montrerais comment l'île continue-t-elle de préserver son identité, sa religion, ses traditions et son mode de vie.

I. Le monde professionnel

A. Découverte du groupe

1. PT NAGA PUTHI

PT Naga Putih Consulting est un groupe de conseil, d'organisation et de stratégie en marketing créé en 2006. Basé à Bali en Indonésie, il bénéficie toutefois d'une clientèle très variée. La majorité de ses clients sont des locaux ; indonésiens mais nombreux viennent de France métropolitaine, des Antilles et du reste de l'Asie. Pour sa clientèle résident en Europe et dans les Caraïbes, le décalage horaire est un grand avantage concurrentiel lui permettant de travailler et de revenir vers les clients dans des délais très courts. Le panel de services qu'il propose est très étendu grâce aux différentes entreprises qui composent le Groupe. C'est là sa force première, car ses différentes entités sont toutes complémentaires. On peut parler d'un véritable écosystème dans lequel le client peut construire et réaliser son projet. Le groupe possède plusieurs entreprises : **Figures & Beyond, AD-VANTAGE Consulting, SQUID, CHISAÏ, Jatimoku et Kézacom.** (Annexe page 16)

Même si PT Naga Putih Consulting est un groupe qui développe son activité aux Antilles en Asie et en Europe, il n'emploie qu'une toute petite équipe qui travaille pour toutes les entreprises au même endroit. L'équipe est constituée de Ludovic Gasparini et Maria, qui sont les gérants, puis de Vincent, David, Eka et Diani qui sont les web master et designers. Ces entreprises ont été créées pour séparer les différents corps de métiers. Cela permet également de constituer des repères afin de ne pas confondre la clientèle. La répartition géographique des clients aux Antilles, en Asie et en Europe a nécessité que l'équipe soit également diversifiée culturellement. C'est pourquoi elle est composée à la fois d'indonésiens, de français et d'Antillais. Cette diversité permet une approche plus personnelle des différents projets et une rapidité d'assimilation fortement appréciée par les clients. Ce rassemblement de cultures au sein d'un même espace favorise également l'échange et la création. C'est un « melting pot » effervescent détenant une forte capacité d'adaptation.

Présent sur différentes parties du globe, PT Naga Putih Consulting s'expose à une concurrence diverse et variée. L'Indonésie est le principal marché d'activité du Groupe et plus précisément l'île de Bali sur laquelle elle est située. À ce jour la concurrence y est faible et indirecte car les agences de marketing et de communication sont peu nombreuses. Concernant la création de sites internet et d'identité visuelle, il existe beaucoup de Freelancer. Ils sont considérés comme des concurrents indirects car ils ne proposent pas un service aussi complet.

2. Secteur d'activité

AD-VANTAGE Consulting est une agence de marketing et de communication digitale créée en 2007 qui propose une suite de services conçues pour aider les entreprises et les particuliers à optimiser leur présence en ligne et leurs performances. Il accompagne ses clients dans l'optimisation de leur positionnement web en s'occupant de la création de sites internet. Depuis peu, ils commencent à développer un pôle de stratégie sur les médias et réseaux sociaux, afin de fournir une offre plus complète aux clients mais aussi d'être en accord avec leur corps de métier.

Kézacom est une agence de communication associée au Groupe PT Naga Putih Konsulting créée en 2007. Elle est spécialisée dans la communication interne de grandes entreprises, de Groupes et de PME. Son cœur de marché est les Antilles Françaises, là où elle se situe. Ses services sont variés tel que : Le contenu de sites web ou de plaquettes, la rédaction de journaux d'entreprises, des newsletters, des dossiers de presse, la publicité mais aussi la réalisation de traduction.

Figures & Beyond qui est un cabinet d'études de marché et de conseil en marketing créée en 2008. Il aide les entreprises à clarifier leur vision du marché. Les services proposés sont très variés. Il réalise des enquêtes de satisfaction auprès des clients, il fait des études marketing de l'environnement concurrentiel, met en place des stratégies d'entreprises ou encore diagnostique la culture, la dynamique humaine et les modes de pilotage de l'entreprise.

SQUID est une entreprise de design graphique, spécialisée en stratégie et identité de marque créée en 2008. Avec une petite équipe de designers graphique, elle aide le client à définir et à concevoir l'identité de sa marque, pour ensuite l'étendre sur différents supports. L'agence intervient dans la conception des supports suivants : Logotypes, plaquettes de communication commerciale, cartes de visite, affiches publicitaires, brochures, chartes graphiques, cartes de vœux, cartons d'invitation ou encore des flyers.

CHISAÏ Design est une agence de design créée en 2012 qui conçoit des identités fortes et s'efforce de donner une personnalité aux idées, aux entreprises, aux marques et aux produits. Elle conçoit et personnalise différents supports (packaging, accessoires, uniformes, objets, meubles ou des façades).

Jatimoku toute nouvelle entreprise de conception de maison javanaise authentique en bois. Ce choix d'habitable allie écologie et raffinement. Jatimoku propose également l'élaboration de design 3D d'intérieur de boutique et de camions marchands. Le client a la possibilité d'avoir une vision d'ensemble de l'environnement qu'il souhaite créer et de vivre l'expérience virtuelle. Ainsi, il se rend compte du résultat final dû à ses choix concernant l'aménagement de l'espace.

B. Le résumé de trois mois de stage

1. Mes missions

Durant ces trois mois, j'ai appris différentes choses; car mise à part Ludovic mon maître de stage, ce sont nous les stagiaires qui donnions des idées pour la création de flyers, d'interfaces pour sites web, de menus pour restaurants, ou encore pleins d'autres activités tels que le marketing digital, ou des groupes Facebook pour la publicité de nos clients. Nous étions très indépendants, nous propositions des ébauches puis Ludovic les validait, ou nous donnait des conseils pour les améliorer après les avoir envoyé aux clients. Aussi, j'ai appris à utiliser des logiciels comme Photoshop ([annexe page 17](#)), EDesign, Visio (réaliser la mind-map de sites web), WordPress ([annexe page 17](#)) ou encore faire du SIO (méthode pour qu'un site web soit bien classé/référencé sur Google) avec SeeUrank. Au bout de quelques semaines, je n'étais plus sensée apprendre mais prendre des initiatives pour améliorer continuellement les sites que l'on met en ligne mais aussi utiliser Photoshop pour la création de flyers, de cartes et d'affiches publicitaires.

En même temps, l'équipe des stagiaires (Estelle, Maxence et moi), réalisons une enquête de satisfaction auprès des clients d'un magasin de vêtement nommé IO/CO. Ce client, IO/CO souhaite savoir si ça marque de vêtement est réputée sur l'île, si les gens trouvent qu'elle est d'un bon rapport qualité prix, ce qu'il faudrait changer ou continuer de fabriquer. Mais aussi si les couleurs et le design des vêtements sont à la hauteur de

ce que les clients attendent et espèrent trouver en entrant dans les magasins IO/CO de Bali. Il existe cinq magasins IO/CO, situés dans les plus grandes villes de l'île, Ubud, Kuta, Seminyak, Nusa Dua et Sanur. Notre objectif était d'interroger environ une trentaine de clients ayant acheté dans les magasins de Kuta, Ubud et Sanur. Cela nous a prit du temps car certains magasins ont un débit de clients très faible.

Alors ma mission était de me rendre dans l'un des magasins, celui de Kuta, et d'interroger les clients qui achetaient. Les questionnaires écrits en anglais et les clients majoritairement des Australiens ; furent un bon point pour moi qui voulais pratiquer mon anglais. Mais cela fut parfois compliqué car certains clients ne prenaient pas le temps de répondre au questionnaire.

2. Le bilan

Ce stage a été très enrichissant, et a apporté une autre dimension marketing, créative, et commerciale aux différentes matières enseignées à l'ISTIA.

Même si au premier abord, un stage dans une entreprise de marketing ne semble pas coller au métier d'un ingénieur, et bien cela va de soit que pour gérer une entreprise de la sorte, il faut tout de même avoir des connaissances en programmation, savoir utiliser de nombreux logiciels tels que (WordPress, Excel, Visio, Photoshop ou E Design), être créative mais aussi pouvoir communiquer simplement et clairement ses idées aux clients. Toutes ces qualités, sont les compétences qu'un futur ingénieur acquiert lors de sa formation. C'est pourquoi certains cours tels que la communication, enquête et requête d'action en ei1, Visual basic, ou encore les cours d'innovation m'ont beaucoup aidé pour ce stage.

Ce que j'ai apprécié le plus ? L'enquête de satisfaction clients.

En effet, j'ai adoré être au contact des clients, parler de leur séjour à Bali. Tous ont été très sympathiques et surpris de voir une jeune Française travailler dans le magasin. Alors chacun d'eux me demandaient d'où je venais ou encore ce que je faisais à Bali. Mais le plus intéressant pour moi était le contact avec les vendeuses balinaises du magasin. On parlait de nos cultures, de nos façons de vivre, on échangeait du vocabulaire français et indonésien. Et puis on ne va pas cacher le fait qu'il est plus sympathique de rencontrer et d'être en compagnie de personnes aussi différentes les unes que les autres plutôt que de travailler toutes ses journées dans un bureau.

Je suis très satisfaite de ce stage, si je devais recommencer je choisirais sans hésiter PT NAGA PUTHI, AD-VANTAGE consulting. Nous n'étions pas beaucoup dans l'entreprise alors il fut facile de communiquer entre nous. Tous les employés sont très sociables et partagent beaucoup sur leur façon de vivre. Ludovic est un patron gentil et dynamique, il n'hésite pas à prendre du temps pour nous montrer et nous expliquer les tâches que l'on devra faire. En dehors du bureau, il prend soin de ses stagiaires, il s'occupe de leur trouver un logement, un scooter ou même de leur faire visiter les endroits chaleureux de l'île. Durant ces trois mois, je pense avoir gagné en autonomie, car Ludovic est un patron qui fait confiance à son personnel, il place ses stagiaires juste en dessous de lui. Nous devons prendre des directives, être réactif et créatif. Alors je suis très contente d'avoir partagé pendant trois mois les bureaux de PT NAGA PUTHI qui signifie « Dragon blanc » en français. Professionnellement, je ne me vois pas travailler dans ce domaine plus tard, car le domaine de la qualité est très restreint mais j'apprécie d'avoir put découvrir le monde du marketing.

II. Bali, l'île des dieux

A. Une île en danger

1. Destination touristique à la mode

Chaque année, l'Indonésie est une destination touristique favorite dans le monde. Bali petit paradis hindouiste, fait partie des 17.000 îles qui composent l'archipel indonésien. Située entre les îles de Java et de Lombok elle mesure 153 km de large, s'étend sur environ 112 km du nord au sud et sa superficie est de 5 637 km². L'île compte aujourd'hui environ 4.000.000 d'habitants, soit une densité de 690 habitants/km². Actuellement l'île volcanique de Bali est l'une des destinations les plus prisée et accueille beaucoup de touristes étrangers et nationaux par an.

Carte de l'Indonésie



Position de Bali



Depuis 1976 l'île accueille environ 100.000 touristes de plus chaque année, soit aujourd'hui en 2014 un peu plus de 3.000.000 de touristes étrangers. On ajoute à cela ; environ 3.000.000 de touristes nationaux provenant notamment de Java. Au total donc ; plus de 6 millions de visiteurs sur une île à peine plus grande que le département du Nord. Selon huffingtonpost.com, Bali est la première destination de rêve en 2013. Mais qu'est ce qui attire tant les touristes ?

La nature luxuriante de ses paysages tropicaux, la somptuosité de ses temples hindous, la réputation de ses plages « de rêve » digne des plages chics de la côte d'azur ou encore la gentillesse et l'indulgence des balinais. Depuis des années, l'île est comparée au pays de cocagne. Tous les éléments indispensables pour attirer les touristes sont réunis. Mais la majorité des visiteurs qui viennent à Bali, se regroupent dans le sud de l'île (Nusa-Dua, Kuta, Seminyak et Uluwatu) qui représente le berceau du tourisme depuis les années soixante-dix. Ici chacun trouve son bonheur. Il y en a pour tous les goûts. Il est possible de faire toutes sortes d'activités tels que surfer, profiter des sports nautiques ou encore se faire masser à des prix imbattables. On assiste, dans cette partie de l'île, à un tourisme de masse.

2. L'île se modernise

Concentré dans le sud de l'île, le tourisme est devenu une manne pour les balinais, et plus encore pour les expatriés qui misent sur la restauration ou l'immobilier. Un développement fulgurant mais anarchique qui menace l'avenir de l'île. Les rizières disparaissent peu à peu pour laisser place aux hôtels fastueux et aux villas de luxes. Il y a cinquante ans, deux balinais sur trois travaillaient dans les rizières, aujourd'hui il y en a plus qu'un sur deux. A cause de l'industrie touristique, 700 hectares de rizières

disparaissent chaque année. Les sites préservés de l'île se raréfient, en effet, beaucoup de familles de paysans sont tentés de vendre leurs terrains à des étrangers.

En dix ans à peine, autour de la capitale de Bali, Denpasar, où se concentre plus d'un million d'habitants, le paysage a beaucoup changé. Les scooters ont remplacé les charrettes, les constructions neuves apparaissent; complexes hôteliers; magasins; restaurants poussent comme des champignons. L'aéroport de Denpasar augmente chaque année sa capacité d'accueil et espère accueillir 25 millions de passagers pour les prochaines années. Le petit village de pêcheur de Kuta, c'est transformé en une ville commerçante toujours en ébullition. Entre les bars, les discothèques, les restaurants, la plage de surf, Kuta est le paradis des surfeurs australiens. Le village de Seminyak, que l'on surnomme aussi le « Saint-Tropez » de Bali est devenu le coin branché des touristes huppés. Un Boom immobilier qui permet à certains expatriés occidentaux de s'offrir une nouvelle vie au soleil. Il faut dire que la main d'œuvre est bon marché, les ouvriers gagnent 80€ par mois (salaire minimum en Indonésie) et travaillent six jours sur sept. Lorsqu'ils travaillent, ils logent sur place dans des abris loin du luxe. Obtenir le permis de construire à Bali, n'est pas compliqué, il suffit de convaincre le maire du village. On peut qualifier cela d'eldorado pour les patrons venus finir leurs beaux jours. Malheureusement, la furie des spots touristiques engendrés par l'industrie du tourisme, met en dangers l'île. Tirillée entre modernité et traditions ancestrales, Bali est entrain d'en payer les conséquences. Quel en est le prix ?

3. Les enjeux environnementaux

Cette industrie touristique est entrain, petit à petit, de bousculer l'environnement de l'île. En effet lorsque l'on regarde un peu plus en profondeur, nous pouvons remarquer la présence de déchets sur l'île. Sur les plages, dans les rivières ou encore sur le bord des routes. Tous les jours, on compte environ 13.000 mètres cubes d'ordures qui sont versés dans les décharges publiques. Mais seulement 50% des déchets sont recyclés. Les responsables de cette catastrophe, sont tout d'abord le gouvernement, qui ne met rien à disposition pour recycler tous les déchets causés par cette industrie touristique, mais aussi il y a le problème des offrandes. Chaque jour, des milliers de petits paniers déposés devant les temples, les restaurants, les magasins, les maisons, les arbres que l'on appelle les offrandes se retrouvent dans les rivières ou sur le bord des routes. La population balinaise n'a pas encore conscience de l'enjeu environnemental et manque d'éducation à ce sujet.

Un autre problème majeur vient compliquer la vie de certains balinais, celui de l'eau. A Bali il est fortement déconseillé de boire l'eau du robinet. En effet cette eau est polluée, et beaucoup d'étrangers ou de touristes se font avoir lors de leur arrivée. On conseille de boire de l'eau potable en bouteille. Mais le plus inquiétant dans tout ça est qu'il y a de moins en moins d'eau sur l'île. A cause de l'augmentation du nombre de touristes, la consommation d'eau a augmenté brusquement. Par exemple, selon « Balisolo », un blog, une chambre d'hôtel occupée par un touriste pendant un mois utilise 300 litres d'eau en moyenne par jour, soit 15 fois plus que la consommation d'une famille balinaise. Dans certaines régions de l'île, les nappes phréatiques s'assèchent et il n'y a plus assez de réserve en eau pour arroser les rizières. Il paraît que l'île n'est plus assez de riz pour ses habitants depuis deux ans.



Déchets sur les plages



Manque d'eau



Embouteillages

Enfin, il est difficile d'éviter le sujet, car lorsque l'on arrive sur l'île on se rend vite compte des embouteillages, surtout durant la haute saison. Les routes ne sont pas très larges et la circulation est très dense. Entre les scooters, les motos, les voitures, les cars touristiques, les bus, les taxis, il est difficile de se frayer un chemin. Des infrastructures se construisent, la population augmente, les touristes sont de plus en plus nombreux mais le nombre de route est toujours le même. Les chemins d'accès aux zones touristiques sont limités et très étroits, les trottoirs n'existent quasiment pas, car les balinais n'ont pas pour habitude de marcher, tous possèdent un scooter et les places de parking sont limitées.

B. Religion et traditions Balinaises

1. La religion avant tout

L'île de Bali est bien différente des autres îles d'Indonésie, car 93 % des Balinais sont hindouistes. C'est la seule île qui pratique l'Hindouisme alors que l'Indonésie est le plus gros pays musulman au monde avec 218 millions de pratiquants, soient environ 86,7% de musulmans. De plus aujourd'hui l'île est de plus en plus envahie par les touristes et devient de plus en plus moderne. Alors nous avons tendance à penser que la religion et les traditions de l'île s'effaceront peu à peu, mais non, l'île continue encore de conserver sa culture. Des centaines d'offrandes, de temples, d'autels et de cérémonies peuvent en témoigner.

La religion Hindouiste est caractérisée par trois grandes divinités. Il y a tout d'abord Brahma, le dieu de la création et notamment celui des créatures vivantes. Vient ensuite Wisnu qui est le dieu de la conservation du monde. Il est aussi considéré comme le gardien de l'univers. Puis enfin Siwa, qui lui a le pouvoir de la destruction du monde mais aussi de la renaissance sous une autre forme, ici on parle de réincarnation. C'est pourquoi, les êtres humains sont voués à préserver ce que leurs divinités leurs ont dédiés. C'est à dire conserver tous leurs patrimoines culturels, mais aussi leurs terres, comme par exemple les rizières, les animaux, l'eau ou encore les montagnes.



Offrandes de Bali



Danse traditionnelle



Mariage Balinais

C'est en habitant sur l'île pendant trois mois que j'ai pu observer à quel point la religion Hindouiste à Bali est forte. Deux fois par jour on peut remarquer la présence abondante d'offrandes sur l'île. D'ailleurs lorsque l'on marche sur les trottoirs, c'est un jeu sans fin d'essayer de les éviter. En effet les offrandes constituent un rituel religieux qui rythme le quotidien des Balinais. Elles ont pour objectifs de célébrer les dieux et les ancêtres puis d'apaiser les démons. Je trouve ça très reposant de voir la façon dont les femmes placent les offrandes. Dans les paniers en feuille de bananier on y trouve des pétales de fleurs, du riz ou encore des bombons. Mais ce sont surtout ces bâtonnets d'encens qui sentent bons et qui sont très relaxants lorsque l'on passe devant le matin. Pour ma part je me suis très vite habituée à ces offrandes. Cela détend et nous permet d'être de bonne humeur durant la journée. Très souvent aussi, nous pouvons assister à des cérémonies. Ces cérémonies, sont généralement, des mariages, des crémations, des danses traditionnelles ou des fêtes religieuses comme « Galungan » qui est une des

cérémonies les plus sacrées de l'année. En effet pendant dix jours les balinais font la fête, il s'agit un peu du nouvel an balinais ou l'on célèbre la victoire du bien sur le mal. J'ai eu l'occasion d'y assister car cela se déroule en juin, et j'ai pu constater à quel point cette cérémonie était précieuse et importante. L'île de Bali est entièrement décorée, les balinais sont tous vêtus de leurs tenues typiques, certaines rues sont bloquées car elles possèdent des temples sacrés pour les prières, mais surtout les habitants de l'île ferment leurs commerces pendant trois jours. Touristes ou pas touristes, les Balinais continuent de faire briller l'île à travers leurs rites. Depuis que je suis à Bali je n'ai pas connu une journée sans que quelque chose ne soit célébré !

2. La magie continue d'opérer

Lorsque l'on fait des recherches sur internet, une question revient souvent à propos de Bali, est-ce que Bali c'est fini ? Le Monde par exemple, dresse un portrait d'une île abattue, « il y a le feu au paradis », « aucune vision à long terme », « les balinais sont de plus en plus obsédés par l'argent facile » ou encore « On a utilisé la culture comme une marchandise ». En effet les journalistes ont tendance à généraliser ce qui se passe dans une partie de l'île, sur l'ensemble de celle-ci. Mais non, si l'on s'écarte de la bourgeoisie de Seminyak, nous nous retrouverons plongé dans la beauté des paysages de l'île et de ses habitants. Certes Bali a évolué et il est vrai que l'on s'éloigne de l'atmosphère « beatnik » d'avant. Mais peu importe l'endroit où vous séjournerez à Bali, que se soit en pleine zone touristique (au milieu des hôtels) ou encore dans la campagne, toutes sortes de cérémonies et de fêtes religieuses viendront égayer votre journée.

Si l'on se dirige vers Ubud qui est une des villes les plus zen de Bali, nous pouvons être certain d'être au cœur de la culture Balinaise. Le nom de la ville d'Ubud provient de « ubad » qui signifie médecine en indonésien. Ubud est réputée pour être la ville la plus artisanale de l'île. Étalés un peu partout sur les trottoirs nous pouvons apercevoir pleins de « Ole Ole » qui sont de petites boutiques remplies de petits objets faits à la main tels que des buddhas, des masques balinais, mais aussi des vêtements.

Mais c'est en voyageant les week-ends que j'ai eut l'occasion d'aller au nord de l'île dans des villages loin du vacarme de Kuta et de Seminyak. Celui que j'ai le plus apprécié est celui de Amed, petit village installé au pied du volcan le mont Agung et situé au bord de la mer. Ses rizières en terrasse, ses plages de sables noirs et ses fonds marins restent pour moi un des plus beaux souvenirs de l'île. Mais c'est surtout le calme du village (très peu de scooters et de voitures), la tranquillité de ses villageois et le fait qu'il soit en totale harmonie avec la nature que j'ai le plus apprécié.



Temple de Bedugul



Rizières en terrasse



Plage de sable noire à Amed

3. Un tourisme culturel

Bali détient une culture originale, qui est certainement un des éléments de l'attrait touristique. Mais malgré la croissance excessive de l'île et l'arrivée de nombreux expatriés et touristes qui ont pour principal objectif de vivre et de passer du temps dans un décor scintillant, on retrouve encore beaucoup de gens qui viennent découvrir Bali loin du « luxe et du confort du Sud de l'île », même s'il est écrit que Bali est le paradis des australiens pour la fête et le surf.

Si on interroge des touristes, un bon nombre d'entre eux répondront que Bali est une île spirituelle avec une vie culturelle intense, à travers ses temples, ses danses, ses cérémonies, mais aussi une île magnifique, par la beauté de ses rizières en terrasse, ses plages de sables noirs, ses volcans ou encore ses lacs. Lors de mon enquête dans les magasins IO/CO, j'ai pu constater que une bonne partie des touristes était ici pour la deuxième ou troisième fois. C'est pourquoi je suis certaine, que beaucoup d'entre eux reviennent en vacance à Bali pour découvrir l'autre moitié de l'île. Une moitié authentique, pleine de richesse et traditionnelle.

Conclusion

L'île des Dieux parvient elle à préserver sa culture et ses traditions malgré la forte présence touristique ?

Chaque année les touristes et les infrastructures sont de plus en plus nombreux. Mais malheureusement personne ne semble s'opposer à ce cercle vicieux par manque de prise de conscience du gouvernement Indonésien. Beaucoup de sites restent préservés comme les rizières, les temples, ou encore le parc naturel au nord-ouest de l'île, mais jusqu'à quand ?

Aujourd'hui, les Balinais continuent de pratiquer leurs traditions et la religion Hindouiste peu importe la présence de touriste ou non. Même si les jeunes Balinais commencent peu à peu à être attirés par le vice, la modernité, la facilité, il n'empêche que leurs valeurs sont vraies et encore très vivantes.

C'était un stage qui avait pour but la découverte d'une nouvelle culture, l'intégration de nouveaux modes de vie. J'ai pu constater aussi que les Balinais n'ont pas les mêmes avantages que nous. Par exemple ils n'ont pas tous accès à la santé ou même aux études universitaires. Et c'est en voyant ces défauts que l'on se rend compte de la chance que nous avons d'habiter dans un pays comme la France. Mais pour moi ce stage, m'a montré que ce n'est pas en France que je veux travailler et vivre plus tard. Je me sens bien à l'étranger et j'aime découvrir de nouvelle culture.

Si je devais choisir un mot pour résumer ces trois mois à Bali, je dirais « magique ». Mon stage c'est très bien passé, je pense avoir appris beaucoup de choses que se soit professionnellement ou sur ma personne. Bali est une île très attachante, je suis très triste d'être revenue, mais il le faut bien. Alors pourquoi pas y retourner un jour dans un but écologique?

Annexes



WHITE DRAGOON Group Ltd. | www.whitedragoon.com | P.O Box 629, Castries - Saint LUCIA - WEST INDIES

Structure de l'entreprise

Events

All Events
Add New
Event Type
Event Type 2

Media

Pages

Comments 2

WP Cool Gallery

Downloads

Portfolio

Testimonials

Contact

Wysija

Appearance

Plugins

Users

Tools

Settings

myEventON

Wall/Grid Gallery

English

Indonesia

Title (English)

Village Cycling Tour

Permalink: <http://www.sanurvillagefestival.com/blog/events/village-cycling-tour-11/> Edit View Event

Title (Indonesia)

Village Cycling Tour

Add Media Add Download Add Form

English Indonesia Visual Text

B I ABC

Paragraph

Quick shortcuts

Exploring Sanur through beach and the village max. 20 pax per trip

Path: p

Word count: 10

Last edited by admin on August 8, 2014 at 12:49 pm

Event Color

Event Settings

All Day Event

NO

Event Start Date

August 21, 2014

Event End Date

August 21, 2014

Publish

Preview Changes

Status: Published Edit

Visibility: Public Edit

Published on: Aug 8, 2014 @ 12:49 Edit

Duplicate this event

Move to Trash

Update

Event Type

Event Type Most Used

☒ SVF 2014
☐ SVF 2013

+ Add New Category

Event Type 2

Event Type 2 Most Used

+ Add New Category

Featured Image

Utilisation de WordPress

Home Information Contact

PRICE /NIGHT

☐ 200-400
☐ 400-600
☐ 600-800
☐ 800-1000

DATE

Mo Tu We Th Fr Sa Su
1 2 3 4
5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31

Nights

DESTINATIONS

☐ Bali
☐ Lombok
☐ Komodo
☐ Gili island
☐ Flores

NUMBER OF PERSON

NUMBER OF TWIN BED

NUMBER OF BED

DESIRED ACTIVITIES

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

EXTRA ACTIVITIES

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

OPTIONS

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

CHARACTERISTIC OF THE BOAT

☐ sailing
☐ motor
☐ sailing & motor

SEARCH

Why not a cruise ?

IT'S FREE TO ASK

Our Vessel

Design de la première page d'un futur site web sur Photoshop

Bibliographie

Bali : peu de résidents étrangers et déjà beaucoup d'intolérance, Média et culture

Par Eric Buvelot | Edition de MAI 2014 :

<http://www.lagazettedebali.info/journal/articles/media-et-culture/bali-peu-de-residents-etrangers-et-deja-beaucoup-d-intolerance.html>

Urbanisation de Bali : à nous la faute, oh oui ! Média et culture

Par Eric Buvelot | Edition de FEVRIER 2012 :

<http://www.lagazettedebali.info/journal/articles/media-et-culture/urbanisation-de-bali-a-nous-la-faute-oh-oui.html>

Domestic buyers stimulating Bali real estate market, report suggests

WEDNESDAY, 20 JULY 2011, by Property Wire :

<http://www.propertywire.com/news/asia/indonesia-bali-property-market-201107205378.html>

Wekipedia, Bali :

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Bali>

L'eau à Bali : indignation à Amed

Par AL BAGUS , le 29 AVRIL 2014 :

<http://balisolo.com/2014/04/29/leau-bali-indignation-amed/>

Tourisme : Bali, c'est fini ? LE MONDE | 20.07.2012 à 13h45

Par Bruno Philip :

http://www.lemonde.fr/international/article/2012/07/20/bali-c-est-fini_1736348_3210.html

L'environnement dénaturé à Bali, par Franck Michel :

http://www.baliautrement.com/bali_environnement2.htm

Religion Balinaise, Blog, par l'agence voyages.partage :
<http://famille-gaborit.chez-alice.fr/voyages/bali/bali-religion.html>

Balitrade, Blog, Agence de Voyage,
<http://www.balitrade.com/>

Huffington post, site d'actualité, lancé le 23 JANVIER 2012 :
http://www.huffingtonpost.com/islands/10-great-dream-island-vacations_b_2404020.html

RÉSUMÉ

Mon stage s'est déroulé au sein de l'entreprise AD-VANTAGE consulting en tant que stagiaire en marketing et statistique, dans la ville de Sanur à Bali, située en Indonésie. Durant ces trois mois de stage j'ai appris énormément, que ce soit au niveau culturel, professionnel, relationnel mais aussi l'apprentissage d'une nouvelle langue, le BAHASA. Au bout de quatre mois, j'étais plus ou moins capable de parler pour des conversations basiques le BAHASA. Ma mission était essentiellement une enquête de satisfaction client pour une marque de magasin de vêtement IO/CO. Cela m'a permis d'approfondir mon côté relationnel, commercial, mais aussi de découvrir un nouveau monde, une nouvelle façon de vivre, différente de ma vie à Angers.

mots-clés : Enquête de satisfaction, découverte, relationnel, culture, tourisme, environnement, religion, Bahasa

ABSTRACT

My training took place in the company AD-VANTAGE consulting as an intern in Marketing and Statistics, in the town of Sanur in Bali, located in Indonesia. During this three-month internship I learned a lot, whether culturally, professional, relational but also learning a new language, BAHASA. After four months I was more or less able to speak for basic conversations BAHASA. My mission was essentially a customer satisfaction survey for a store brand of clothing IO / CO. This allowed me to deepen my relationship side, commercial, but also to discover a new world, a new way of life, different from my life in Angers.

keywords: Satisfaction survey, discovery, relational, cultural, tourism, environment, religion, Bahasa

RESUMEN

Mi formación se llevó a cabo en la empresa AD-VANTAGE consultoría como pasante en Marketing y Estadística, en la localidad de Sanur, en Bali, ubicada en Indonesia. Durante esta práctica de tres meses he aprendido mucho, ya sea cultural, profesional, relacional, sino también el aprendizaje de un nuevo lenguaje, BAHASA. Después de cuatro meses que estuve más o menos capaces de hablar en nombre de las conversaciones básicas BAHASA. Mi misión era esencialmente una encuesta de satisfacción del cliente para una marca de la tienda de ropa de IO / CO. Esto me permitió profundizar mi lado relación, comercial, pero también para descubrir un nuevo mundo, una nueva forma de vida, diferente de mi vida en Angers.

Palabras clave: Encuesta de satisfacción, descubrimiento, relacional, cultural, el turismo, ambiental, religión, Bahasa