agridoc

DOSSIER THÉMATIQUE

Tourisme solidaire et développement durable

➤ Textes réunis par Jean-Marie Collombon, Sandra Barlet et Danièle Ribier

Les Éditions du Gret

Dossier thématique

Tourisme solidaire et développement durable

● Textes réunis par Jean-Marie Collombon, Sandra Barlet
et Danièle Ribier (Gret)

Juin 2004

Remerciements

Les textes présentés dans cet ouvrage ont été choisis et rassemblés par Jean-Marie Collombon, Sandra Barlet et Danièle Ribier du Gret.

Jean-Marie Collombon, coordinateur général du FITS 2003, a rédigé plusieurs articles.

Nous tenons à remercier les auteurs des contributions recueillies dans cet ouvrage : Saïd Baragoïta, Rémi Bellia, Nadia Bentaleb, Gilles Béville, Sylvie Blangy, André Dollfus, Francesco Frangialli, Jean-Pierre Girardier, Ahmed Jiyid, Lahoussain Jamal, Alain Laurent, Pierre Martin-Gousset, Serge Pagès, Carla Rasera, Nadine Richez-Battesti.

Pour toute information sur la publication :

GRET
Groupe de recherche et d'échanges technologiques
211-213 rue La Fayette 75010 Paris, France.
Tél. : 33 (0)1 40 05 61 61. Fax : 33 (0)1 40 05 61 10. Site Web : www.gret.org

Traduction, reproduction ou mise en ligne : edition@gret.org
Services de presse, diffusion et distribution : diffusion@gret.org

Responsable éditoriale : **Danièle Ribier** (Gret)
Photo centrale de couverture : **Philippe Desarme**.
Maquette et réalisation : **Hélène Gay** (Gret).
Imprimé par **Dumas-Titoulet Imprimeur** à Saint-Étienne (France), juin 2004.
N° imprimeur :

Sommaire

Préface 5
Remerciements 6
Avant-propos 7
Introduction (Jean-Marie Collombon, Gret) ... 9

Tourisme et développement, inéluctable évolution (Jean-Marie Collombon, Gret) 11
Les grands constats sur le tourisme 11
Une nouvelle demande 13
Évolution de l'approche du phénomène touristique 14
L'émergence de nouveaux concepts 16
Approches de quelques définitions 19

Le tourisme solidaire et responsable, facteur de développement durable (Alain Laurent, Beira/T2D2) 21
Le tourisme : massif, dynamique, expansionniste, concurrentiel, réactif 21
En négatif : iniquité, concentration, folklorisation, surconsommation de ressources 22
Le tourisme responsable : écotourisme, tourismes solidaire, équitable, communautaire, « en faveur des pauvres », durable 23
Les faiblesses du tourisme responsable : relations obligées, logique commerciale, modes, crédibilité 26
Pour progresser : maîtrise, territoire, contrat, évaluation, certification, éthique 27
Changer la perspective : le développement durable par le tourisme responsable 28

Les enjeux et défis du tourisme responsable (André Dollfus, Cabinet ADC-Artodev) 31
Les enjeux du tourisme responsable 31
Les risques pour le tourisme responsable 33
Les défis pour le tourisme responsable 33

La contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté (rapport de l'OMT) 35
Importance du tourisme pour les PMA 35
Le tourisme, puissant instrument de croissance pour les pays en développement 36
Comment renforcer les effets bénéfiques du tourisme 37
Les mesures en faveur des groupes défavorisés 37
Que faudrait-il faire ? 38
Les défis à relever 38
Une implication de toutes les parties prenantes est indispensable 38
Le tourisme durable en tant qu'instrument d'élimination de la pauvreté 39

Tourisme, acteurs et territoires. Résultats du Forum international « Tourisme solidaire et développement durable » - FITS 2003 (André Dollfus, Alain Laurent, Pierre Martin-Gousset, Groupe T2D2) 41
La production touristique 41
Tourisme, territoires et développement 46
Le tourisme responsable, enjeux éthiques et maîtrise des effets 48
Conclusions 49

Position des agences de développement sur le tourisme durable dans la coopération (Sylvie Blangy, conclusions aux Ateliers internationaux de Gap, FITS, septembre 2003) 51

Tourisme responsable et solidaire pour les pays en développement. Le rôle des pouvoirs publics (Gilles Béville, MAE-DGCID) 55

L'Organisation mondiale du tourisme et la réduction de la pauvreté (Francesco Frangialli, OMT) 57

Exemples d'expériences de tourisme solidaire sur le continent africain et au Moyen-Orient 61

Burkina Faso, l'expérience pilote des Villages d'accueil TDS 62

Mali, Projet de développement local et touristique de la zone du Mandé, région de Koulikoro 70

Mauritanie, Tourisme solidaire et développement durable pour les coopératives de femmes et les tribus nomades de l'Adrar 72

Sénégal, Projet de développement touristique de la région de Tambacounda 74

Djibouti, Aden : Association Djibouti espace nomade - Campement Dittilou et agence Caravane du sel 77

Un exemple : le campement de Dittilou et l'agence Caravane du sel 79

Liban, Projet Al Jord 83

Maroc, Tourisme rural dans les montagnes de peuplement berbère du Sud 86

Tourisme solidaire, tourisme communautaire : l'émergence d'un mouvement mondial (Jean-Marie Collombon, Gret) 89

Les réseaux d'entreprises communautaires du Mexique 89

Le réseau brésilien du tourisme communautaire 90

Le réseau Tourisme solidaire émerge en Bolivie 90

Une fédération internationale des entreprises communautaires de tourisme 91

Au Burkina Faso, une Union nationale des villages d'accueil 91

Les réseaux de tourisme des montagnes marocaines 92

En Méditerranée et en Europe de l'Est, une initiative du CCFD 92

Dans la corne de l'Afrique, un réseau régional en devenir 92

En Europe, un réseau à construire 92

Un deuxième Forum mondial du tourisme solidaire en préparation pour 2006 93

L'exemple de Redturs 94

L'exemple italien : un réseau structuré de tourisme responsable 97

L'exemple français : les actions menées par l'Unat et la CPTR 99

Annexes : pour en savoir plus 101

Annexe 1 : Charte du tourisme durable 103

Annexe 2 : Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle 107

Annexe 3 : Déclaration de San José sur le tourisme communautaire rural 109

Annexe 4 : Charte tourisme rural solidaire au Maroc 111

Annexe 5 : Bibliographie 113

Annexe 6 : Sites Internet et organismes ressources 115

Annexe 7 : Sigles et acronymes 118

Préface[1]

« Le tourisme est un vecteur de développement utile et raisonnable pour de nombreux pays. Il appartient de les aider dans cette chance que représente le tourisme solidaire.

Le tourisme solidaire s'appuie sur trois préoccupations :

➢ la prise en charge par les communautés elles-mêmes, autochtones notamment, de leur propre développement à travers des réalisations de petite taille, à leur mesure, telles que petites auberges ou refuges de montagne, chambres d'hôtes et accueil dans les familles, organisation de randonnées à pied, à cheval ou en pirogue, etc. ;

➢ une nouvelle relation avec les visiteurs reçus moins comme des clients que comme des amis, des hôtes et des associés qui contribuent à la notoriété de ces paysages et de ces régions de découverte ;

➢ une solidarité affirmée avec les générations à venir dont le patrimoine culturel, l'environnement naturel, l'identité doivent être protégés et défendus avec une grande exigence.

Le Gouvernement français est parfaitement conscient de cette nouvelle approche du tourisme, qui répond à une aspiration générale dans le monde. Nombreux sont ceux qui désirent faire du tourisme autrement, en respectant les paysages, les valeurs, les traditions des peuples dont la disparition ou l'uniformisation sur un modèle étranger constitueraient une perte irréparable. C'est la raison pour laquelle la France a pris un certain nombre de mesures […]. Il s'agit de mettre en place des méthodologies d'accompagnement de projets de tourisme responsable dans les pays du Sud. Ces formes de tourisme, impliquant la participation active des populations locales, valorisant leurs patrimoines, tant humain et culturel que naturel, générant des retombées économiques bénéfiques pour ces populations, s'intègrent dans une vision multidimensionnelle et multiacteurs du développement local. Ces démarches de tourisme responsable seront ensuite validées et expérimentées afin de pouvoir les proposer en termes d'axes de coopération aux pays qui le souhaiteraient.

Réalisées en partenariat avec le ministère des Affaires étrangères, de la Culture, de l'Écologie et du Commerce extérieur, ces actions concernent des pays qui ont d'ores et déjà témoigné d'une réelle volonté politique locale et d'un environnement favorable. »

Léon Bertrand
Ministre délégué au Tourisme

[1] Extraits du discours du ministre délégué au Tourisme à Marseille le 30 septembre 2003, lors de la cérémonie de clôture du FITS 2003.

FITS 2003 • Remerciements

À l'occasion de la parution de cet ouvrage, nous tenons à remercier tout particulièrement tous ceux qui ont permis de mener à bien le FITS 2003 - Forum international « Tourisme solidaire et développement durable » :

- le ministère des Affaires étrangères et ses ambassades ;
- le ministère délégué au Tourisme ;
- le ministère de l'Agriculture et des Affaires rurales ;
- le ministère de la Culture ;
- l'Organisation mondiale du tourisme ;
- l'Unesco ;
- la Cnuced ;
- le Programme des Nations Unies pour le développement ;
- la Commission européenne - représentation de Marseille ;
- l'Université de la Méditerranée - pôle universitaire de Gap ;
- le Conseil régional Provence-Alpes-Côte d'Azur ;
- les départements des Alpes de Haute Provence, du Var, des Hautes-Alpes et du Vaucluse ;
- les villes d'Aix-en-Provence, de Gap, de Sisteron, de Grenoble, de l'Isle-sur-la-Sorgue, de Moustiers-Sainte-Marie, de Quinson, de Romans, de Curbans, de Saint-Martin-de-Crau ;
- les syndicats intercommunaux de Sisteron et de La Motte-Turriers ;
- les parcs naturels régionaux du Luberon, du Verdon et du Queyras ;
- le pays du Sisteronnais-Buëch ;
- le Collège coopératif Provence-Alpes-Méditerranée ;
- la Commission permanente du Tourisme rural ;
- les associations Migrations & Développement et AFS (Associacion Francia Sirpi) ;
- le Groupe T2D2 ;
- le CCFD - Comité catholique contre la faim et pour le développement ;
- la Fondation Charles Léopold Mayer ;
- les entreprises Air France, Le Point Afrique, L'Occitane et Oliviers & Co.

et, bien entendu le Gret, l'Unat, et Les Hautes Terres de Provence, qui ont assuré conjointement la maîtrise d'œuvre du forum.

Avant-propos

Cet ouvrage fait suite au Forum international « Tourisme solidaire et développement durable », FITS 2003, qui s'est déroulé du 25 au 30 septembre 2003, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Ce forum, co-organisé par le Gret[2], l'Unat[3] et Les Hautes Terres de Provence[4], a reçu l'appui de l'État (Affaires étrangères, Tourisme, Agriculture et Culture) et des collectivités territoriales de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, en particulier le Conseil régional. Il a rassemblé, à travers les différentes rencontres, 295 participants en provenance de 74 pays, tous concernés par une « autre approche » du tourisme.

Le but de ce forum était de « conforter le mouvement international qui émerge en faveur d'un tourisme différent, vecteur de développement durable pour les populations les plus pauvres de la planète ».

En parallèle, le 27 septembre, à l'initiative du ministère des Affaires étrangères, se réunissaient à Aix-en-Provence les représentants de dix-sept agences de coopération et de développement, des pays de l'Europe communautaire, des Nations Unies et des États-Unis. Le but recherché par le ministère était la mise en place de convergences entre les diverses politiques nationales d'appui au tourisme durable.

Pour réaliser ce document, le Gret a compilé une série d'articles provenant du FITS et a fait appel à divers intervenants pour compléter et actualiser l'information. L'essentiel de la matière de ce document est donc tiré :

- des contributions des participants au FITS 2003[5], en particulier les fiches présentant les projets ;
- des documents préparatoires, en particulier le rapport commandité par le ministère des Affaires étrangères : « Caractériser le tourisme responsable, facteur de développement durable », réalisé par Alain Laurent ;
- ainsi que les conclusions des ateliers internationaux, des conférences des intervenants et des discours des personnalités invitées lors de l'inauguration et de la clôture du forum.

Un article conclusif dresse un rapide état des lieux au moment de l'édition de cet ouvrage sur les initiatives prises en matière de tourisme solidaire : on y perçoit les prémisses de l'émergence d'un mouvement mondial.

---

2 Groupe de recherche et d'échanges technologiques.

3 Union nationale des associations de tourisme et de plein air, Paris.

4 Les Hautes Terres de Provence, Office intercommunal de tourisme du pays de La Motte-Turriers (Alpes de Haute Provence).

5 Les communications des intervenants au FITS ont été rassemblées sur un CD-rom diffusé par le Gret. Elles seront disponibles à partir de décembre 2004 sur le site Internet (www.tourisme-solidaire.org).

Introduction

➤ par Jean-Marie Collombon, Gret, coordinateur général du FITS 2003

Le tourisme est le moteur de croissance de nombre de pays, tant de pays du Nord que de pays en développement. Il s'agit principalement d'un tourisme de masse, de plus en plus globalisé et capitalistique, aux mains d'un nombre chaque fois plus restreint de grandes entreprises, compagnies aériennes, tour-opérateurs ou chaînes hôtelières, qui opèrent à l'échelle de la planète. Les trois-quarts des bénéfices du secteur restent, ou retournent, dans les pays du Nord.

S'il permet aux pays en développement de drainer des investissements, de récupérer des devises, de créer des emplois et d'améliorer les infrastructures, ce tourisme contribue, par contre, de plus en plus fortement à l'accroissement des inégalités, à la destruction des environnements, à la perte des patrimoines et à la déstabilisation des cultures.

Les pays du Sud, pays d'accueil des investissements touristiques, n'en maîtrisent pas les applications et se trouvent dans l'incapacité d'en réguler les effets néfastes. Ils sont les otages des investisseurs du Nord et de leurs alliées, les oligarchies économiques du Sud. Or, si la situation est grave avec les 700 millions de touristes actuels, que penser de ce qu'elle sera avec les 1,6 milliards de touristes annoncés par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) pour l'horizon 2020, c'est-à-dire demain ?

Des organisations non gouvernementales (ONG) du Nord dénoncent depuis deux décennies ce « tourisme prédateur », mais leur voix, trop faible, n'a commencé à se faire entendre que tout récemment, grâce à d'intenses campagnes médiatiques. Depuis dix ans, certaines organisations internationales, dont l'OMT, dénoncent également ces dérives et proposent aux acteurs clés du secteur des prises de position et des mesures, de « charte du tourisme durable » en « code mondial d'éthique du tourisme », puis en programmes d'action.

Des gouvernements, comme le gouvernement français, partagent depuis quelques années les mêmes préoccupations et lancent des initiatives en faveur d'un « tourisme solidaire et responsable » relayées sur le terrain par les ambassades.

Les sociétés post-industrielles du Nord glissent vers des « sociétés du loisir » avec plus de temps libre et plus d'argent à dépenser, tandis qu'une prise de conscience émerge chez les citoyens pour une consommation plus équitable et plus éthique.

Une demande existe pour d'« autres voyages », à la fois prétexte à une vraie rencontre avec l'autre, à un partage de moments de vie, et occasion unique d'apporter, par le biais du séjour, une aide financière à des communautés rurales ou urbaines qui en ont cruellement besoin. Même si elle ne représente encore que 5 à 10 % des voyageurs, cette demande, reflet de changements socioculturels profonds, ne peut aller qu'en s'accroissant.

En parallèle, dans les pays du Sud, des communautés rurales comme urbaines, de plus en plus éduquées, de plus en plus, sinon de mieux en mieux, informées, ont une conscience croissante des inégalités et des injustices, des dégradations de leur environnement et de leur patrimoine, des destructurations sociales, des pertes d'identité culturelle. Elles ne l'acceptent plus, elles s'organisent et elles agissent.

Avec l'aide de quelques ONG et fondations, du Nord comme du Sud, et le recours aux nouvelles technologies de communication, des réseaux se créent, se structurent, se renforcent, en Amérique latine surtout, mais aussi en Afrique.

Ces « entreprises communautaires de tourisme » se multiplient, qui proposent déjà une offre originale, diversifiée, souvent de qualité. Ces destinations allient une qualité d'accueil, des possibilités de rencontre, des opportunités de découverte de la « civilisation de l'autre », une approche intégrée des territoires, une connaissance de la culture locale, une perception du milieu naturel et de ses évolutions.

Les communautés, désormais, se rencontrent, échangent. Elles apprennent vite.

Demain ou après-demain, dans une ou deux décennies, ce sont 50 millions de voyageurs solidaires et responsables, qui voudront découvrir par eux-mêmes ce qui, dans les différents ailleurs du monde, aura survécu de la planète, face au rouleau compresseur de la globalisation, au nivellement culturel et aux dérèglements climatiques déjà à l'œuvre. Mais ils seront sans doute le double ou le triple à vouloir « voyager moins, mais voyager mieux ». Ils seront alors accueillis par des milliers de micro-entreprises de tourisme, souvent communautaires, insérées dans les territoires, mais ouvertes au vaste monde.

C'est peut-être en ces lieux privilégiés, distribués aux quatre coins de la planète Terre, que se construiront ces nouvelles solidarités qui permettront d'éviter sa dégradation programmée.

Tourisme et développement, inéluctable évolution

➤ par Jean-Marie Collombon, Gret

Les grands constats sur le tourisme

● Un marché touristique en croissance exponentielle

Avec 500 milliards de dollars, soit 12 % du PIB[6] mondial, et 200 millions d'emplois (8 % de l'emploi mondial), le tourisme est une des premières industries de la planète. Et sa progression reste supérieure à 4 % par an, malgré l'émergence du risque terroriste. Selon les projections de l'OMT, le nombre de touristes devrait passer de 700 millions en 2003 à un milliard en 2010 et 1,6 milliard en 2020. Le chiffre d'affaires du secteur sera alors de 2 000 milliards de dollars.

La demande mondiale augmente en Occident du fait de l'extension des temps de loisir, de l'arrivée des générations du « baby boom » qui parviennent à la retraite avec du temps et de l'argent, et par l'extension, à peu près généralisée, des classes moyennes.

De groupes nouveaux de touristes apparaissent, comme ceux qui proviennent d'Europe centrale ou de Chine. La baisse constante du prix des transports aériens permet des prix de plus en plus compétitifs. La généralisation d'Internet permet aux futurs voyageurs de repérer des offres nombreuses, diversifiées, à des prix minima. Le recours à l'anglais, qui se généralise, facilite la communication.

Les pays occidentaux se taillent la part du lion dans ce marché en croissance exponentielle. Avec ses 75 millions de visiteurs, la France reste la première destination touristique mondiale, suivie par les États-Unis et l'Espagne, mais en matière de chiffre d'affaires, ce sont les États-Unis qui arrivent en tête. La croissance s'est encore accélérée ces dernières années : depuis huit ans, le nombre de touristes internationaux dans le monde a augmenté de 36 %. Sur les dix dernières années, le nombre de lits hôteliers a augmenté de 40 % au niveau mondial, mais c'est dans les pays en développement que le taux de croissance est le plus rapide.

Selon l'OMT, les recettes touristiques des pays en développement ont plus que doublé entre 1992 et 1999. « Le tourisme est, dans le même temps, devenu la principale source de devises des 49 PMA[7], si l'on excepte l'industrie pétrolière qui se concentre essentiellement dans trois d'entre eux. Toutes activités confondues, le tourisme compte pour plus du sixième de leurs exportations non pétrolières, dépassant très largement les recettes de leurs deuxième et troisième secteurs exporta-

6 Produit intérieur brut.

7 Pays moins avancés.

teurs (coton brut et textiles) ; il est devenu la ou l'une des principales composantes du PIB » (Francesco Frangialli, Le Monde, 2003).

● Les pays du Nord restent les grands bénéficiaires

Les dernières décennies ont été marquées par le développement du tourisme de masse fondé sur des investissements lourds en infrastructures et sur le rôle central des agences de voyages et autres tour-opérateurs. Ce secteur s'est caractérisé par une forte concentration spatiale (bords de mer, stations de montagne, sites historiques ou géographiques spécifiques) et par une forte concentration économique entre les mains de quelques acteurs, tels que groupes hôteliers, compagnies de transport aérien (charters), tour-opérateurs, dont une bonne part interviennent maintenant à l'échelle mondiale.

Durant la même période, des quantités de petites et moyennes entreprises se sont créées, dans l'hôtellerie, la restauration, les commerces les plus divers, les services (agences de voyage, bureaux des guides). Le tourisme a eu et conserve un rôle essentiel en matière de création locale d'emplois, directs et indirects. En France, l'accès de la population salariée aux congés payés, dès 1936, a favorisé le développement des associations du tourisme social regroupées au sein de l'Unat - Union nationale des associations de tourisme et de plein air.

En parallèle, s'est développé, surtout depuis ces deux dernières décennies, un tourisme plus individuel, même s'il se pratique en général par petits groupes de personnes liées (couples, famille, amis). Ce tourisme, favorisé en France par les charters de Nouvelles Frontières ou les guides du Routard, a permis le développement d'un tourisme plus autonome, à l'écart des zones de grande concentration touristique. Le modèle du tourisme rural obtient des succès très importants, en particulier en Europe, mais aussi dans des pays comme le Canada. Ce tourisme diffus, qui mobilise de nombreux acteurs locaux, crée des emplois, valorise les produits de terroir, comme les cultures locales, et fait de plus en plus d'adeptes.

Moins que tout autre, le secteur touristique ne peut échapper à la mondialisation. Progressivement, les acteurs lourds du tourisme de masse cherchent à incorporer ces espaces demeurés à l'écart, dans le processus de la globalisation. Même si le tourisme croît actuellement plus vite dans les pays en développement, leur part ne dépasse pas 30 %.

Une très faible partie de l'argent dépensé par les touristes revient de fait aux pays du Sud. L'OMT considère que, pour un pays comme la Thaïlande, moins de 30 % revient au pays. La part qui revient au pays est elle-même accaparée par quelques prestataires, souvent liés aux notabilités locales, quand il ne s'agit pas des mêmes personnes. De plus en plus souvent, les investisseurs sont eux-mêmes originaires des pays du Nord[8]. Le tourisme international reste l'affaire du Nord qui draine plus de 75 % des flux touristiques, comme des recettes qu'ils engendrent.

● Dans les pays en développement, des dégâts de plus en plus importants

Les pays en développement disposent eux aussi, maintenant, d'infrastructures de qualité (transport, accueil, communication), tandis que les services offerts aux touristes se diversifient et s'améliorent. L'offre touristique se diversifie également, avec des investissements de plus en plus lourds, en particulier en matière de divertissements, qui commencent à toucher les grands pays émergents.

Si certains bienfaits du tourisme ne sont plus à démontrer, comme la création d'emplois, la production de revenus, l'apport en devises, l'amélioration de la balance commerciale ou l'effet induit sur le développement des infrastructures, il convient de rappeler les nombreux effets négatifs du tourisme, notamment au Sud.

La concentration des infrastructures dans les zones touristiques se fait au détriment des zones qui ne

[8] Au Maroc, ce sont des Français qui ont acheté des « riads » (maisons traditionnelles) de la medina de Marrakech pour y installer des chambres d'hôte. Au Belize, les investisseurs sont américains et les prestations sont vendues par des Américains aux Américains. Selon l'Institut Panos, 90 % de la côte du Belize est aux mains des étrangers. Et le phénomène se reproduit à l'identique : sur la côte Adriatique de l'Albanie, les investisseurs sont italiens.

le sont pas. La concurrence pour l'accès aux biens de première nécessité comme l'eau, est drastique. À Agadir au Maroc, par exemple, on peut voir les pelouses des hôtels irriguées jour et nuit alors que la population des quartiers périphériques de la ville n'a pas accès à l'eau potable. L'impact sur le foncier peut également être considérable : la concurrence pour l'usage du sol entre l'agriculture, l'urbanisation et les infrastructures touristiques provoque une augmentation des prix qui rend la terre inaccessible aux producteurs locaux.

Si le tourisme est fortement créateur d'emplois, il s'agit souvent d'emplois peu qualifiés, au Sud surtout, les emplois les plus qualifiés étant souvent réservés à des étrangers. La main-d'œuvre locale est sous-payée. Les emplois ne sont souvent pas déclarés et ils sont particulièrement précaires.

Le recours au travail des enfants, parfois très jeunes, est généralisé. Selon le BIT[9], près de 20 millions d'enfants de moins de 18 ans travaillent dans le secteur touristique. Cela concerne de très nombreux pays en tête desquels viennent l'Inde, les Philippines, le Maroc. La prostitution, l'exploitation sexuelle des enfants, vont souvent de pair avec le développement du tourisme[10]. Cela ouvre de nouveaux champs d'exploitation pour les mafias locales.

Enfin, le développement touristique conduit parfois à l'abandon de certaines activités traditionnelles, comme l'agriculture vivrière, au profit de la vente de souvenirs ou de la mendicité.

Une nouvelle demande

● De nouveaux comportements socioculturels

La demande touristique évolue[11] en fonction des changements socioculturels profonds que connaissent les sociétés post-industrielles. Les modèles de consommation sont modifiés. Cela se traduit, d'une part, par de nouveaux comportements des touristes et, d'autre part, par une demande différente en matière de produits touristiques.

L'information des clients se fait maintenant en continu. Le futur voyageur recherche lui-même sur Internet les offres les plus intéressantes, parfois longtemps à l'avance, parfois le dernier jour. Le bouche à oreille fonctionne beaucoup.

Les voyageurs actuels partent plus fréquemment, pour des périodes plus courtes (trois jours, une semaine) ce qui entraîne une modification des comportements mais aussi des attentes. Les vacances restent un moment très important pour les familles comme pour les groupes d'amis. C'est un moment privilégié de détente pour des familles peu disponibles et souvent dispersées pendant le reste de l'année.

● Une demande qui évolue rapidement

Les études récentes sur le sujet[12], et d'autres plus anciennes[13], montrent bien quelles sont les tendances socioculturelles profondes de la société européenne post-industrielle qui ont une incidence sur le modèle de consommation des loisirs :

➤ Les voyageurs ne veulent pas de soucis pendant leurs vacances. Cela démarre dès le stade de la recherche d'information qui doit être facile d'accès. L'offre doit être simple, sans incertitude. Il y a toujours, quelque part, la crainte de l'arnaque, du supplément imprévu.

➤ Ils souhaitent de plus en plus disposer de rapports non marchands pendant les vacances. En même temps, ils ne souhaitent pas réduire les contacts à une simple relation commerciale.

➤ Le ludique représente une demande croissante car les vacances sont une période de rencontres, de convivialité.

➤ Les voyageurs attendent de leurs vacances de l'harmonie, mais aussi du vivifiant, du stimulant. Ce besoin, que les spécialistes qualifient de « be-

9 Bureau international du travail.

10 Un seul client représente souvent plusieurs mois de salaire.

11 Ce chapitre est une synthèse de différents travaux dont certains sont menés depuis de nombreuses années, comme les enquêtes de la Cofremca sur les évolutions socioculturelles profondes de la société française en matière de tourisme et de loisirs. L'Agence française de l'industrie touristique AFIT a fait réaliser plusieurs études sur le sujet qui ont donné lieu à des articles publiés dans les Cahiers Espaces.

12 « Carnet de route de la montagne », Édition AFIT, Tome 1, décembre 2000.

13 Études de la Cofremca, 1993.

soin de vitalité douce » est profond, physique, il est aussi spirituel.

➤ Les vacances doivent aussi permettre d'entretenir sa santé. Elles doivent servir à se reposer, à se sentir bien dans sa peau.

➤ Les clients ont une grande sensibilité pour tout ce qui touche au beau, à l'agréable, à l'émotionnel. Ils attendent de la qualité et de l'harmonie.

➤ Les voyageurs, le plus souvent urbains, éprouvent un grand besoin de nature, mais la nature à l'état brut, qu'ils connaissent peu, suscite parfois de la crainte. Comme ils rêvent d'accéder à cette nature, c'est une nouvelle relation qui s'établit, maintenant, entre l'homme et une « nature apprivoisée ».

● Le profil du « nouveau touriste »

À partir des éléments qui précèdent, on peut établir une sorte de portrait-robot de ces « nouveaux touristes ». Ils sont plutôt jeunes, avec un niveau d'éducation assez élevé. Ils se déplacent en famille ou bien en bandes de copains. Ils sont conviviaux, apprécient les fêtes et les rencontres. Ils sont assez sportifs, apprécient l'exercice physique, particulièrement la randonnée. Ils font attention à leur santé, à leur alimentation. Ils aiment la nature et ils apprécient les produits du terroir et les recettes locales.

Ils sont assez ouverts aux autres et à leur culture. Ils s'intéressent aux populations locales, à leur mode de vie, à leurs traditions, à leurs us et coutumes, mais aussi à leurs difficultés. Ils sont respectueux de ces populations et de leur environnement.

Ils donnent facilement de l'argent pour des projets de développement mais ils souhaitent savoir ce que devient l'argent de leur voyage.

Évolution de l'approche du phénomène touristique

● Des ONG françaises mobilisées de longue date

Des associations se sont créées et mobilisées, en France, depuis plus de trente ans pour proposer d'autres voyages, fondés sur la découverte de l'autre dans le respect de son identité et de sa culture. Le Cevied de Lyon, association militante et humaniste y fait figure de pionnier. Transverses mène depuis les années 1980, une action très militante contre le tourisme qu'elle qualifie de « prédateur » pour les pays du Sud[14]. D'autres opérateurs sont progressivement apparus comme Croq'Nature qui propose des voyages sur le pourtour saharien au Mali, au Niger, au Maroc et en Algérie. Plus récemment, TDS – Tourisme et développement solidaire – a mis en place ses villages d'accueil au Burkina Faso. Tétraktis, en Isère, réalise des projets à Madagascar, au Mali, au Sénégal, au Maroc. Migrations & Développement met en place un réseau d'auberges rurales, cofinancées par les migrants, dans les montagnes du Sud-Maroc.

Ces initiatives sont très diverses, souvent liées à une personne qui a une attache particulière avec un pays. Ces promoteurs ont souvent créé des associations sans but lucratif, qui fonctionnent comme de petites agences autonomes, spécialisées dans les « voyages solidaires » dans les pays en développement. La coopérative de voyageurs Le point Afrique dessert, avec ses avions, un certain nombre de destinations au Mali, au Niger, au Maroc, en Mauritanie, en Algérie. Il s'agit de désenclaver des régions isolées et d'apporter « une aide au développement économique par le tourisme », mais également d'aider les ONG à but humanitaire qui interviennent dans ces zones délaissées.

D'autres initiatives visent à sensibiliser les consommateurs-voyageurs aux dérives les plus graves de certaines formes de tourisme dans les pays du Sud. Air France réalise ainsi une campagne vigoureuse, dans tous ses vols longs courriers, contre le tourisme sexuel et l'exploitation des enfants. L'association Agir Ici a lancé, en 2002, une campagne tout aussi vigoureuse contre ce type de tourisme, tandis que des médias contribuent à relayer ces campagnes et leurs interrogations auprès du grand public.

La Fondation Charles Léopold Mayer a mené une vaste réflexion sur le sujet dans le cadre de son Alliance pour un monde solidaire.

---

[14] Avec une référence particulière à Dora Valayer, sa présidente, qui a mené ces combats et beaucoup contribué à la prise de conscience.

● Des ONG du Nord de plus en plus impliquées

En Grande Bretagne, l'organisation Tourism Concern défie, depuis plusieurs années, les lobbies de l'industrie touristique. Elle estime que les pratiques du secteur doivent être fondamentalement revues et que les organisateurs de voyages doivent reconnaître leurs responsabilités, non seulement vis-à-vis des actionnaires et des clients, mais également vis-à-vis des partenaires commerciaux du Sud. Tourism Concern collabore donc avec les organisations du Sud pour la définition du « commerce équitable » dans le tourisme. Elle se mobilise pour que soit mis en place un audit social afin de pouvoir mesurer les impacts des programmes touristiques sur les populations locales.

En Italie, les ONG se sont organisées en divers réseaux. Elles ont créé des structures ad hoc comme Viaggi Solidali à Turin, agence créée par cinq ONG de développement. L'agence organise des voyages dans divers pays d'Afrique et d'Amérique latine. À Milan, l'association Pildorama organise des voyages solidaires, en particulier en République dominicaine, de même que AITR – Agence italienne de tourisme responsable.

Les germanophones ont créé la plate-forme Dante qui regroupe 17 ONG d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse. Cette plate-forme a élaboré le document « Carton rouge pour le tourisme » diffusé lors du Sommet de Johannesburg.

● La mauvaise conscience de quelques tour-opérateurs

Dès 1996, un groupe de petits tour-opérateurs, autour de l'agence Atalante, lance l'idée d'une charte éthique du voyageur en partant du principe qu'il « n'y a pas de mauvais touristes, mais des voyageurs mal informés ». Cette charte, qui a pour objet d'informer le client, fait référence, entre autres, au respect de la nature et des populations. Mais Atalante va au-delà en proposant le partage des revenus du tourisme, l'aide au développement , la protection des milieux naturels.

En 2000, les grands tour-opérateurs lancent à Berlin la « Tour Operators'Initiative for Sustenable Tourism Development ». Cogérée par les tour-opérateurs et les organisations internationales, cette initiative a pour objet d'instaurer une « conscience de l'environnement » chez les tour-opérateurs, comme chez les clients et dans les communautés d'accueil.

L'existence même de cette initiative indique que les tour-opérateurs admettent que le tourisme est source de dommages importants, et parfois irréversibles, pour l'environnement et pour les populations locales. Si la démarche démontre une prise de conscience des dégâts engendrés par le tourisme, elle montre aussi l'intérêt des tour-opérateurs à empêcher la dégradation du patrimoine : « Pour maintenir l'attractivité de ces destinations et en valoriser de nouvelles, nous voulons nous assurer de la protection des sites visités par les touristes ».

● Des ministères français qui s'impliquent

Le gouvernement français a pris conscience il y a quelques années de l'ampleur du problème que pose le développement exponentiel du tourisme dans les pays du Sud. Début 1998, le ministère des Affaires étrangères et le ministère délégué au Tourisme ont mis en place le réseau « tourisme et développement » destiné à faciliter les actions de coopération internationale dans le domaine du tourisme. En 2000, une charte, dérivée du code mondial de l'OMT, a été proposée aux professionnels du tourisme. Elle leur permet de bénéficier d'un « label éthique du tourisme ». En 2002, le ministère délégué au Tourisme a organisé, dans le cadre du Salon mondial du tourisme, à Paris, un forum « Tourisme, éthique et mondialisation ».

Cette même année, le ministère des Affaires étrangères a sollicité le Gret pour organiser, dans le cadre du Sommet mondial du développement durable de Johannesburg, une table ronde sur le thème « Tourisme solidaire et développement durable ». En parallèle, les ministères finançaient la réalisation d'une plaquette « Autres voyages », réalisée par l'Unat et regroupant les offres des différentes organisations françaises.

En 2003, les divers ministères[15], l'Unat, la CPTR[16], associés aux collectivités territoriales de la ré-

[15] Ministère des Affaires étrangères, secrétariat d'État au Tourisme.

[16] Conférence permanente du tourisme rural.

gion Provence-Alpes-Côte d'Azur, se sont largement impliqués dans la réalisation du forum international « Tourisme solidaire et développement durable » - FITS 2003, en Provence. Le ministère des Affaires étrangères prépare actuellement un programme mobilisateur « Tourisme équitable et solidaire » financé par un fonds de solidarité prioritaire (FSP).

● Une plate-forme des agences de coopération et de développement

En 2001, partant du constat que les politiques d'aide et de coopération prenaient fort peu en compte le tourisme, des représentants de différentes agences de coopération et de développement de pays de l'Union européenne se sont réunis pour la première fois pour une réflexion conjointe sur le thème des « politiques d'appui au tourisme durable ».

À l'initiative du ministère français des Affaires étrangères – DGCID[17] –, ils se sont réunis à nouveau en septembre 2003 à Aix-en-Provence, dans le cadre du Forum international « Tourisme solidaire et développement durable » - FITS 2003, pour la « Deuxième conférence des agences de coopération et de développement sur le tourisme durable ». Dix-sept agences y participaient, en provenance des pays de l'Union européenne, des Nations Unies (Unesco[18], Pnue[19], Cnuced[20]) et des États-Unis.

À Aix-en-Provence, les représentants des agences de coopération et de développement se sont engagés, entre autres, à continuer à se rencontrer régulièrement sur le sujet, dans le cadre d'une plate-forme inter-agences, à chercher à cofinancer des projets dans certains pays cibles, à favoriser des programmes conjoints d'information et de formation.

Début 2004, à l'initiative de l'OMT, le « noyau dur » des agences (GTZ[21] allemande, SNV[22] hollandais, Coopération italienne, Coopération française) se réunissaient à nouveau à Berlin pour discuter de mécanismes conjoints d'appui tels que la mise en place d'une banque de projets de tourisme durable. Elles se sont à nouveau réunies à Washington en octobre 2004, à l'initiative du groupe des donateurs américains[23].

L'émergence de nouveaux concepts

● L'OMT et le tourisme durable

Le concept de développement durable a émergé avec le rapport Bruntland, en 1987, mais il trouve son origine dans les travaux de pionniers comme Ignacy Sachs, professeur à l'EHESS[24], à Paris, dès le début des années 1970. C'est le Sommet mondial de la terre de Rio de Janeiro, en 1992, qui fera connaître le concept au grand public.

Le concept de tourisme durable est fondé sur la relation entre progrès économique, justice sociale et préservation de l'environnement : « Quiconque met en œuvre une action de développement touristique, à quelque échelon territorial que ce soit, se met en position de trancher entre les objectifs économiques, les besoins de protection du patrimoine et les enjeux sociaux » (Moisset[25], 2000).

Le tourisme doit donc, comme les autres secteurs de l'activité humaine, « participer à la satisfaction des besoins du présent, sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins » (Déclaration de Rio de Janeiro).

L'OMT a organisé, dès 1995, une Conférence mondiale du tourisme durable, à Lanzarote (Espagne). Celle-ci a abouti au lancement de la Charte du tourisme durable[26], selon laquelle le tourisme doit :

➤ « favoriser le développement économique et social et, en particulier contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations locales ;

---

17 Direction générale de la Coopération internationale et du Développement.

18 Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture.

19 Programme des Nations Unies pour l'Environnement.

20 Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement.

21 Agence allemande de coopération technique.

22 Coopération des Pays-Bas.

23 American Donors - Université de Washington.

24 École des Hautes études en sciences sociales.

25 « Le tourisme durable, un concept opérationnel », Philippe Moisset, in : Cahier Espaces 67, 2000.

26 Cf. texte de la Charte en annexe, page 103.

➤ drainer les retombées du développement touristique en direction des populations locales, et permettre une maîtrise locale du processus touristique par les collectivités concernées ;

➤ faciliter la gestion des ressources du patrimoine naturel ou culturel, ce qui signifie préserver et, si possible améliorer, le patrimoine à laisser aux générations futures ».

C'est avec l'intention de protéger le patrimoine naturel et culturel mondial que l'OMT a fait adopter, trois ans plus tard, le Code mondial d'éthique du tourisme (Santiago du Chili, 1999). Approuvé par une centaine de pays, ce code marque le désir de « promouvoir un tourisme international équitable, responsable et durable, au bénéfice partagé de tous les partenaires : États, opérateurs touristiques, touristes, populations locales, collectivités, société civile[27] ».

Depuis lors, l'OMT n'a pas cessé, comme à Johannesburg en 2002, lors du Sommet mondial du développement durable, de promouvoir un tourisme vecteur de développement durable pour les populations des pays en développement. Lors de sa conférence inaugurale à Marseille, à l'occasion du FITS 2003, son secrétaire général, Francesco Frangialli, affirmait : « Le caractère massif des échanges touristiques, leur progression constante et leur impact qui peut être dévastateur sur des sociétés fragiles, conduisent à raisonner en termes de durabilité. Notre conviction est que le développement durable représente l'horizon du tourisme mondial, non comme une entrave à sa croissance mais, au contraire, comme la garantie de son succès dans la durée ».

● Vers un tourisme solidaire et responsable

Le concept[28] de tourisme solidaire et responsable, porté par les ONG, s'inscrit dans la démarche de durabilité, mais donne davantage de relief au rôle des personnes impliquées dans la relation touristique : le voyageur-consommateur d'un côté et l'hôte-vendeur de l'autre.

Ce concept pourrait être précisé de la façon suivante :

➤ ce tourisme est réalisé au profit des populations locales et avec leur entière participation ;

➤ il conforte ces sociétés locales, les aide à s'organiser et leur fournit des moyens humains et financiers. Il met l'accent sur le capital social ;

➤ il facilite les synergies entre acteurs locaux du développement : les organisations de base, les gouvernements locaux, les ONG, les services déconcentrés de l'État, le secteur privé ;

➤ il minimise l'impact écologique, culturel sur le milieu environnant ;

➤ il joue un rôle d'éducation au développement pour les populations du Nord ;

➤ il s'inscrit dans une démarche de développement local durable.

La démarche du « tourisme équitable et solidaire » s'appuie sur deux éléments stratégiques :

➤ les populations du Sud concernées constituent le maillon faible de la filière touristique face aux autres acteurs qui cherchent à maximiser leur profit, alors que la concurrence écrase les bénéfices. Le processus doit donc prioritairement chercher à les conforter, grâce à des dynamiques économiques autonomes, pour qu'elles se constituent réellement en forces de contestation et de résistance au modèle touristique dominant et en forces de proposition d'alternatives à ce modèle ;

➤ une part croissante des voyageurs du Nord, mais aussi des ONG, comme certaines entreprises « citoyennes », est prête à étayer ces processus de renforcement des sociétés locales et à maximiser les retombées économiques au bénéfice direct de ces populations, tout en favorisant la « découverte de l'autre », dans le respect de son identité et de ses valeurs.

● Un nouveau marché, limité mais en expansion

Il est difficile d'évaluer le marché potentiel du tourisme équitable, solidaire et responsable. Un sondage de 1999 soulignait que « 86 % des consommateurs européens seraient plus disposés à acheter les produits d'une entreprise qui démontre une action citoyenne ». Des enquêtes

[27] « L'éthique dans le tourisme », Bernadette Ducret, in : Tourisme durable, Cahier Espaces 67, 2000.

[28] Cf. aussi les travaux de Françoise El Alaoui de Transverses, ainsi que ceux de Gilles Caire et de Monique Roullet-Caire du Gedes.

réalisées par le Gret en 2001 auprès de touristes revenant de voyages au Sahara, faisaient apparaître que 40 % des touristes regrettaient « de ne pas avoir rencontré davantage les populations ». L'organisation anglaise Tourism concern[29] considère que le marché potentiel du tourisme solidaire peut être estimé à 5 à 10 % des touristes européens qui partent vers l'étranger pour leurs vacances. Mais ce pourcentage varie de façon importante selon les pays.

Si l'on considère que le tourisme issu des pays du Nord représente 80 % des 700 millions de touristes qui se déplacent chaque année et que 15 % d'entre eux vont vers les pays du Sud, le marché potentiel mondial du tourisme solidaire se situerait entre 4 et 8 millions de touristes. Mais pour le moment, le phénomène reste assez marginal. Pour la France, les agences associatives et les associations recensées par l'Unat en 2003 ne déplacent pas plus de 3 à 4 000 voyageurs solidaires par an.

[29] Sur la base de discussions menées lors du Forum tourisme solidaire de Turin en mai 2002.

APPROCHES DE QUELQUES DÉFINITIONS

par Sandra Barlet et Jean-Marie Collombon

Établir une définition des différents types de tourisme n'est pas chose facile, les termes n'étant pas encore vraiment normés. Beaucoup d'éléments se recoupent. Ce qui suit est une simple tentative pour y voir plus clair, à partir de diverses sources, en particulier l'OMS, le BIT, l'Unat.

Le tourisme durable est envisagé comme privilégiant la gestion sur le long terme de l'ensemble des ressources, de manière à ce que les besoins économiques et sociaux puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité de la culture, les processus écologiques essentiels, la biodiversité et les systèmes de réponse aux besoins vitaux. Les produits de tourisme durable fonctionnent au niveau local en harmonie avec l'environnement, la communauté et les cultures, afin que ces trois composantes en bénéficient en permanence.

L'écotourisme est une forme de voyage responsable dans les espaces naturels, qui contribue à la protection de l'environnement et à l'amélioration des conditions de vie des populations locales. Les produits touristiques sont conçus avec une attention particulière à la nature, dans des régions peu perturbées par l'homme. L'écotourisme implique le respect des sites et des cultures locales dans une optique de développement durable. Le Sommet mondial de l'écotourisme de mai 2002 au Québec a, de plus, beaucoup insisté sur les dimensions solidaire et humaine inhérentes à cette forme de tourisme.

Le tourisme communautaire est centré sur l'implication des populations locales dans un développement touristique localisé et à leur profit : elles construisent et gèrent les structures d'accueil des voyageurs, comme l'ensemble des services qui leur sont proposés localement. Elles conservent un contrôle complet sur les revenus qui servent à l'amélioration des conditions de vie de la communauté. Elles donnent une importance particulière au respect de la nature et de leurs traditions. Cette forme de développement du tourisme est souvent combinée avec le développement d'activités productives, telles que des ateliers de transformation de produits agricoles ou d'artisanat dont les produits sont prioritairement vendus aux touristes.

Le tourisme équitable met l'accent sur les aspects de juste rémunération des divers intervenants de la filière et en particulier des populations locales. Le tourisme appartient à la catégorie des services et il est alors soumis aux règles du commerce équitable, tout comme les produits. Le touriste accepte de payer plus cher la prestation en sachant que le surprix permet une meilleure rémunération des prestataires à la base. Comme pour les produits de consommation, les services du tourisme équitable tendent à s'appuyer sur un label certifiant la qualité, comme le label Redturs du BIT en Amérique latine.

Le tourisme solidaire établit plus précisément une relation de dialogue, de concertation, de solidarité et d'entraide entre les touristes, en général originaires des pays du Nord et leurs hôtes des communautés du Sud. Dans la démarche du tourisme solidaire, les organisations non gouvernementales du Nord s'impliquent dans une relation partenariale avec d'autres ONG du Sud qui, à leur tour, appuient les communautés de base. Le tourisme solidaire met l'accent sur la connaissance de l'autre, le dialogue des civilisations et le juste prix des services rendus par la population.

Le tourisme en faveur des pauvres (Pro-poor tourism - PPT) n'est ni un produit spécifique ni une niche de marché, mais une approche de la gestion et du développement du tourisme. Le but est d'augmenter les bénéfices nets des populations les plus pauvres. Cette approche vise à améliorer les liens entre les activités touristiques et les catégories les plus pauvres de la population afin que la contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté augmente.

Pour en savoir plus, consulter la brochure « D'autres voyages : du tourisme à l'échange » diffusée par l'Unat.

Le tourisme solidaire et responsable, facteur de développement durable

➤ par Alain Laurent, Beira et groupe T2D2

Cette note est une synthèse du document « Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable » édité par le ministère des Affaires étrangères - DGCID, en préparation au FITS 2003.

Le tourisme : massif, dynamique, expansionniste, concurrentiel, réactif

La commission des statistiques des Nations Unies, en 1993, caractérise le tourisme comme un « ensemble d'activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires ou pour d'autres motifs ».

Le tourisme est un ensemble de secteurs d'activité tels que les transports, l'hébergement, la restauration, les loisirs, les spectacles, le sport et les entreprises de voyages. Sa mesure est difficile, notamment parce qu'il est défini par le consommateur, c'est-à-dire le visiteur ou le voyageur, qui achète des biens et des services à la fois touristiques et non touristiques.

Le tourisme n'est pas une branche d'activité classique. Il est multiforme, dynamique, coproducteur du produit avec des consommateurs extérieurs, mobilisateur de nombreux services et sensible aux aléas des contextes locaux et des tendances globales. Il est par nature hétérogène, multisectoriel, multiservice, multimétier et multiproduit. Mais cette hétérogénéité s'inscrit dans une chaîne cohérente transport-hébergement-loisirs-services vendue sous des formes multiples : Internet (environ 47 % de part du chiffre d'affaires total de la distribution des produits touristiques), services de billetterie à prix discount, séjours organisés, produits packagés.

Cette spécificité explique le comportement des opérateurs dans un contexte très concurrentiel. Obligés de coordonner étroitement leurs activités, ils supportent des coûts élevés de gestion et de transaction qu'ils réduisent par des stratégies variées : alliances, fidélisation, innovation, diversification de l'offre, spécialisation, différenciation, croissance interne et externe, externalisation sur les sous-traitants.

UNE INDUSTRIE À FORTE CROISSANCE

La croissance du tourisme a atteint 7,4 % en 2000 et la moyenne s'établit à 4,3 % par an durant la décennie 1989-1999, ce qui place ce secteur en troisième position derrière les secteurs pétrolier et automobile pour le revenu mais en première position pour le taux de croissance. Seuls les évènements du 11 septembre 2001 ont fait chuter cette moyenne, avec une régression de 1,3 % pour l'année 2001. En 2002, pour la première fois dans l'histoire du secteur, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dépasse la barre des 700 millions avec une augmentation de 3,1 % en volume (chiffres OMT 2003).

Outre son élasticité, le tourisme montre une certaine résistance aux vicissitudes internationales. L'exemple de la faible augmentation de 1,2 % de 1991, année de la guerre du Golfe, corrigé par une augmentation de 8,2 % en 1992, en est une manifestation.

Le tourisme se caractérise par une grande variété d'acteurs, de logiques et d'attentes. Clients, prestataires et cotraitants locaux, agences de voyages, tour-opérateurs, compagnies aériennes, forment une chaîne dont les intérêts ne sont ni forcément concordants ni défendus à armes inégales.

Si le marché global du tourisme, prospère et réactif, peut encaisser des à-coups brutaux en faisant glisser son offre d'une destination à une autre, les partenaires du Sud, eux, sont soumis aux modes, critères et exigences d'un marché qu'ils subissent. De plus, les effets négatifs, à l'inverse des bénéfices, s'accumulent en grande partie dans les territoires d'accueil.

En négatif : iniquité, concentration, folklorisation, surconsommation de ressources

Le tourisme conventionnel fait l'objet de critiques portant sur des questions sérieuses et de grande ampleur. Par exemple : les pays en développement ne maîtrisent pas les flux touristiques, largement contrôlés par des groupes internationaux basés dans les pays industrialisés, les comptes en devises sont défavorables car les rentrées sont grevées par des besoins accrus en produits d'importation, la mono-activité et les mono-structures touristiques sont fragiles car soumises à une demande fluctuante.

Dans le domaine social, les emplois touristiques sont souvent mal rémunérés, saisonniers et avec peu de possibilités de réelles qualifications. Le tourisme fragilise le tissu social, bouscule les bases culturelles et renforce les disparités sociales en introduisant des modes de consommation non durables. Enfin, par les transports émetteurs de gaz à effet de serre, il contribue au déséquilibre climatique planétaire, et, par ses impacts terrestres, pollue, surexploite, mite et artificialise les paysages.

Les critiques du tourisme conventionnel pointent une difficulté : faire cohabiter un tourisme concentrationnaire et prédateur avec un tourisme diffus, intégré, de proximité. Par effets en cascade, la concurrence frontale qui s'exerce dans le secteur lamine les coûts, les marges et les espaces non marchands, favorise les comportements de pillage et d'irrespect et exerce des pressions fortes sur le foncier et les ressources naturelles. Lorsque le profit à court terme se conjugue à la conviction que le tourisme est l'ultime recours pour une économie sinistrée, il échappe à la maîtrise et au contrôle et néglige les dégâts qu'il cause au sein d'un tissu social qui, souvent, ne l'a pas souhaité.

Les critiques du tourisme conventionnel, par réaction, constituent le fondement des évolutions actuelles du secteur du tourisme dans au moins deux directions :

➤ une amélioration qualitative, notamment sous l'angle de la protection de l'environnement et des ressources (matériaux de construction, eau, plages, couverture végétale, essences rares, etc.), de l'économie d'énergie et de la lutte contre la pollution dans le secteur hôtelier, du loisir et, marginalement, des transports ;

➤ l'émergence d'une offre alternative, diffuse, thématique, intégrée, plaçant la relation humaine au cœur du dispositif, s'efforçant de répartir les effets positifs monétaires et non monétaires au sein des populations accueillantes, soutenant des actions de développement local : le tourisme responsable.

Le tourisme responsable : écotourisme, tourismes solidaire, équitable, communautaire, « en faveur des pauvres », durable

Le tourisme responsable est d'essence marchande mais sa progression, son innovation et sa construction prouvent qu'une alternative à une consommation de produits touristiques de masse est possible.

Champ d'expérimentation pour le tourisme de demain, il met en valeur la spécificité des lieux, des patrimoines et des cultures locales et teste des pratiques transférables, comme la répartition des bénéfices au sein de la population accueillante. Mises bout à bout, ses spécificités dessinent un profil très caractéristique.

Le tourisme responsable recouvre des formes de tourisme alternatif ou avancé, intégré et diffus, à savoir, principalement : l'écotourisme, le tourisme solidaire, le tourisme équitable, les tourismes « en faveur des pauvres » (ou tourisme pour les pauvres, « pro-poor » en anglais) et « communautaires » (« community based » en anglais) et le tourisme durable. Le premier point commun de ces formes est une contribution au développement des populations d'accueil. Le reste relève de stratégie, de modes opératoires, d'efficacité, d'affichage, de niches et de moyens humains et financiers variables affectés aux actions de développement.

CARACTÉRISTIQUES DU TOURISME RESPONSABLE

- Des prises de risque et des investissements individuels importants.
- Une volonté de faire co-exister idéal et loi du marché.
- Des emplois permanents et non pas saisonniers.
- Des conditions de travail décentes.
- Une rémunération des prestataires et partenaires, supérieure aux pratiques locales.
- Des revenus monétaires pour la communauté de la destination.
- Un soutien important à des micro- ou méso-projets en développement rural, éducation, santé et artisanat.
- Une lutte contre l'exode vers les villes et la dévitalisation rurale.
- Des responsabilités partagées entre partenaires du Nord et du Sud.
- Une gestion locale effective à différents niveaux de responsabilité.
- Des préoccupations environnementales mises en pratique.
- Des formations et des appuis en tourisme mais aussi en développement local.
- Une revalorisation des traditions, coutumes et cultures locales.
- Une réappropriation du sentiment identitaire.
- Des relations d'échange et de dialogue moins déséquilibrées et stéréotypées entre visiteurs et visités.
- Grâce aux échanges, un changement de l'image du Nord au Sud et de l'image du Sud au Nord.
- Un suivi et un accompagnement dans le temps.
- Un effort de transparence et de vérité.

	Écotourisme	Tourisme solidaire	Tourisme équitable	Tourisme en faveur des pauvres	Tourisme communautaire	Tourisme durable
Territoires	Zones naturelles avec une composante culturelle forte.	Toutes zones en dehors des zones touristiques.	Toutes zones hors tourisme de masse.	Zones indifférentes.	Zones défavorisées, enclavées, dévitalisées.	Grands territoires, pays, échelle supra-nationale.
Caractéristiques	Outil de conservation de la nature.	Outil de cofinancement de projets de développement local.	Outil de rééquilibrage des rapports commerciaux Nord-Sud et d'amélioration des conditions de travail.	En théorie, implication de pauvres à un maximum de niveaux : acteurs, bénéficiaires.	Activité gérée en quasi-totalité par des communautés locales marginalisées, culturellement marquées.	Planification globale issue de l'aménagement du territoire, mise en œuvre partenariale adossée à des dispositifs institutionnels.
Évolution	Incorpore progressivement des objectifs locaux de nature sociale, culturelle et économique.	Élargit son ambition à l'équité Nord-Sud et au développement durable.	Ouverture sur la participation, les modes de production respectueux de l'environnement.	Vers des politiques de discrimination positive et la professionnalisation.	Ouverture sur la professionnalisation, la mise en réseau et la promotion d'un tourisme de niche.	Ouverture sur le « micro », développement de cahiers des charges et d'outils de pilotage, processus de labellisation/certification.
Affinité	Tourisme de nature, tourisme naturaliste.	Tourisme social, tourisme rural, économie solidaire.	Commerce équitable, tourisme éthique.	Solidarité, relations Nord-Sud, accords internationaux.	Écotourisme, ethnotourisme, tourisme culturel et de nature.	Environnement, développement durable.
Repères	Satisfait le besoin des clients des pays émetteurs d'une nature préservée.	Un certain pourcentage du montant d'une prestation ou d'un chiffre d'affaires cofinance ou finance une opération de développement local.	Les rapports commerciaux, les contrats de prestations et les partenariats locaux n'obéissent pas à la règle du moins disant.	L'affichage et les mécanismes « en faveur des pauvres » doivent être évidents pour les touristes, économie informelle, petits boulots, débrouille.	Les visiteurs sont pris en main par des familles et des habitants du lieu de destination.	Les références environnementales sont dominantes.
Populations	Communautés locales.	Associations, groupements, communautés villageoises, groupes sociaux minoritaires.	Communautés locales.	Communautés locales dites « pauvres ».	Communautés locales via une représentation choisie par ses membres (coutume, tradition, organisation ad hoc).	Communautés locales via une représentation choisie par ses membres (coutume, tradition, organisation ad hoc).
Acteurs dominants	Agences et tour-opérateurs.	Associations, agences.	Associations, plate-forme ou réseaux d'associations, agences.	Associations, tour-opérateurs, agences, institutions, institutions financières.	Associations, tour-opérateurs, agences.	Institutions, entreprises, agences, ONG.
Image grand public	Nature, détente, élitiste.	Peu connu (élitiste ?).	Commerce équitable.	Approche anglo-saxonne des relations Nord-Sud.	Approche anglo-saxonne de l'écotourisme.	Assimilation au développement durable.

D'autres formes de tourisme proches sont les chantiers de jeunes, le tourisme alternatif, le tourisme culturel, le tourisme scientifique, le tourisme social, le tourisme fluvial, le tourisme équestre, les voyages d'adolescents dans des pays du Sud, les voyages d'immersion, les voyages de solidarité, les voyages « de retour ». En paraphrasant la définition du développement durable, le tourisme responsable est un mode de tourisme qui garantit les intérêts réciproques des populations d'accueil, des patrimoines naturels, socioculturels et économiques, des producteurs et des consommateurs, sans compromettre une capacité à garantir ces mêmes intérêts dans le futur. Lui aussi subit des critiques qui sont un moteur d'innovation.

TOURISME SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

➤ **Définition issue du Forum international du tourisme solidaire de Marseille - FITS 2003**

Le tourisme solidaire et responsable est un mouvement social qui cherche à maîtriser et à valoriser l'économie touristique au profit des communautés d'accueil. Il s'inscrit dans une démarche de développement territorial.

➤ **Caractéristiques**

La démarche est entièrement construite à partir des ressources humaines, sociétales, culturelles, économiques et environnementales qui forment l'espace de vie des communautés d'accueil.

Elle engage la responsabilité de l'ensemble des acteurs impliqués : la population accueillante, leur représentation sociale, les intermédiaires et les voyageurs.

Cette responsabilité se fonde en premier lieu sur le respect des rythmes, us et coutumes, et valeurs des habitants et de leur environnement. Elle concerne aussi une redistribution équitable des revenus de l'activité.

➤ **Conditions**

– Une implication et une participation volontaires des populations d'accueil, permettant la maîtrise et la durabilité de cette démarche.
– Une capacité à engager des partenariats avec des intermédiaires (notamment touristiques) sensibles aux démarches et valeurs proposées.
– Une information et une sensibilisation des voyageurs aux principes de la démarche et aux valeurs culturelles des communautés d'accueil.

➤ **Moyens**

– Capacités d'animation.
– Outils de formation et d'accompagnement technique spécifiques ou adaptés.
– Outils de mise en réseau des porteurs d'initiative et de l'offre (trop diffuse et peu connue).
– Actions de promotion ciblée.
– Procédures et systèmes d'évaluation.
– Cadre institutionnel adapté et motivé.
– Ressources financières à la hauteur des enjeux.

Les faiblesses du tourisme responsable : relations obligées, logique commerciale, modes, crédibilité

Du fait des contraintes locales et internationales, de sa dépendance vis-à-vis de l'opinion publique, des modes, des types de consommation et d'une difficulté à s'organiser, l'offre en tourisme responsable montre des faiblesses.

Un des dangers qui guettent le tourisme responsable est la saturation des sites, lieux, villages, communautés, familles et personnes d'accueil – en Mauritanie, au Népal, en Chine, en Tunisie, en Turquie… – par effet mécanique d'une augmentation de fréquentation. Un autre est la tentation de créer des niches, des enclaves, des protections, des segments très étroits de clientèles et de pratiquer un élitisme des destinations, des produits, des territoires, des clients. Il y a le risque d'une inversion des priorités pour garantir sa survie commerciale et celle de ses partenaires, le tourisme responsable étant lié structurellement aux logiques de marchés. Enfin, la volatilité d'une offre découlant d'une demande aléatoire fragilise les marges et les capacités d'amélioration ou d'expansion.

Les deux grandes causes des faiblesses du tourisme responsable sont les suivantes :

➤ une absence de logique de territoire intégrant les facteurs de viabilité à long terme : complémentarités entre actions ou politiques sectorielles, péréquation entre zones proches ou entre régions, organisation des filières de transformation et de commercialisation, organisation de la participation, formations, etc. ;

➤ un fossé entre la théorie et la pratique dû à la faiblesse des garanties éthiques, responsables, solidaires, équitables et des moyens d'application et de mesures sur le terrain.

Les voies de progrès existent mais elles changent la nature des démarches qui deviennent intégrées et partenariales.

LES FAIBLESSES DU TOURISME SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

- Soumission aux effets de modes, aux tarifs aériens imposés, aux contraintes d'une concurrence forte à tous niveaux.
- Clientèles largement extérieures (peu de clientèles locales) dont les voyages contribuent à l'augmentation des gaz à effets de serre.
- Tentations d'augmenter les volumes de clients au-delà des niveaux d'acceptabilité sociale et environnementale.
- Manque de capacités dans l'évaluation des effets de l'activité sur les partenaires, les habitants, les territoires, la clientèle.
- Manque de crédibilité sur le respect des chartes et codes par manque de ressources pour l'évaluation et le contrôle.
- Manque de moyens pour séparer nettement l'offre de qualité de l'offre publicitaire.
- Pratique de la cooptation entre pairs insuffisante pour garantir une réelle qualité de démarche.
- Communication grand public qui simplifie et masque certaines réalités.
- Confusion des genres, thèmes, notions et idées dans la communication médias (durable, équitable, éthique, etc.).
- Aide au développement de type « aide d'urgence » : agriculture, scolarisation, éducation, santé, gestion de l'eau, artisanat.
- Absence de planification intégrée.
- Peu de réflexions et d'actions sur le risque de la mono-activité touristique.
- Peu de coopération avec les autorités locales et les institutions.
- Absence de signes de réflexion ou d'actions sur le développement durable global, voire local.

Pour progresser : maîtrise, territoire, contrat, évaluation, certification, éthique

● La maîtrise locale et le respect des personnes

Les populations accueillantes subissent généralement le tourisme. Il faut donc qu'elles le maîtrisent, comme au Pérou, au Québec, au Nunavut[30]. L'appui des pays du Nord, émetteurs de clientèle, est fondamental.

● La nécessaire territorialisation du tourisme

L'animation territoriale est à la base de la participation. Elle doit aussi mener à la polyactivité, antidote au tourisme massif et base du développement local. Le tourisme responsable doit être à l'origine du développement du territoire et en être issu.

● La contractualisation des parties prenantes

Les formes variées du contrat renvoient à la mobilisation, l'implication, l'appropriation d'enjeux collectifs, l'adhésion à des contraintes choisies, l'obligation de moyens.

● L'indispensable certification d'intérêt public

Les enseignes, logos, labels et cachets reflètent une réalité partielle et ne sont pas contrôlés. Une voie nouvelle est le label territorial, support d'une certification crédible et indépendante à construire.

● Rendre compte et se rendre compte

La légitimité de l'évaluation, son objet, ses critères croisés et situés dans le contexte, les indicateurs issus du terrain pour le terrain, l'adapta-

[30] Territoire autonome du Canada, peuplé par les Inuits.

LES PISTES DE PROGRÈS DU TOURISME SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

- Conscientisation durable des populations du Nord, lobbying auprès des transporteurs et des opérateurs.
- Prospection de clientèles locales ou régionales, transports ferroviaires si possibilités, transports en commun.
- Auto-limitations acceptées, espacement dans le temps, diffusion dans l'espace, alternance et diversité d'activités.
- Information/formation sur l'évaluation qualitative et quantitative, sur l'autodiagnostic, sur la co-évaluation.
- Garantie externe neutre, incitation/soutien aux mécanismes de production de rapports.
- Obligation de transparence, règles déontologiques respectées, garantie externe neutre.
- Garantie sur la valeur et la crédibilité de la cooptation.
- Vigilance externe et interne sur la qualité de l'information et sa fidélité aux réalités.
- Incitation/soutien à la clarification des engagements.
- Formation au développement local et au développement durable.
- Formation à l'aménagement du territoire, à la gestion intégrée, aux approches territoriales, aux diagnostics territoriaux.
- Information/formation sur les approches territoriales et la gestion intégrée.
- Information/formation sur les risques de la dépendance, incitations à la diversification des activités et des projets.
- Sensibilisation des partenaires institutionnels, formation au développement local
- Incitations institutionnelles ou financières, demande de la clientèle.

tion du général au particulier, le passage de l'évaluation au contrôle, les moyens à mobiliser : une évaluation partagée et coconstruite légitime la certification mais nécessite une organisation et des moyens.

● L'éthique, pour faire évoluer les mentalités

La transparence, condition de la confiance, est au cœur de la gouvernance. Une écoute attentive, une attention au sens des mots, le respect des rythmes et du temps local et la déontologie forment la base de l'éthique du tourisme.

Ces pistes prometteuses peuvent faire entrer le tourisme responsable dans une nouvelle phase, plus efficace, plus dynamique et plus en adéquation avec les enjeux.

Prise de conscience des enjeux locaux et globaux, clientèles de proximité, dilution des flux dans le temps et l'espace, mécanismes crédibles d'évaluation, formation aux métiers territoriaux, diversification et répartition des retombées, transparence, respect des cahiers des charges. Pour passer des actions rapides, de court terme, faciles à mettre en œuvre à une vision non humanitaire, le tourisme responsable doit faire évoluer ses compétences et apprendre à travailler en partenariat dans un territoire pertinent et avec des interlocuteurs légitimes.

Changer la perspective : le développement durable par le tourisme responsable

● L'agenda 21 local[31] avec et par le tourisme

La notion de « territoires durables » met en cohérence le développement économique, la cohésion sociale, la protection de l'environnement, les transports, et dépoussière l'aménagement du territoire. Le soin apporté aux partenariats, aux stratégies et outils de gestion locale et au développement spécifique du tourisme se retrouve dans les agendas 21 locaux du tourisme. Ces initiatives restent d'impulsion institutionnelle.

● Global-local : une conciliation essentielle

Le niveau local est celui de l'apprentissage, de la traduction d'objectifs généraux en objectifs individuels ou locaux, de la subsidiarité active, de la démocratie, de la proximité, de la créativité. Mais le local, sans le global, ne peut prétendre à la durabilité : les transports, l'énergie, les circuits internationaux, le risque de la juxtaposition des égoïsmes, les délocalisations… sont des sujets que le tourisme territorial doit aborder.

● La coopération, plutôt décentralisée

La coopération décentralisée est le cadre d'une proximité institutionnalisée qui permet d'articuler, joindre, emboîter en réalisant le « Meccano » de la coopération. Elle élimine une partie des griefs faits aux États et aux grandes organisations : exigences à sens unique, pression, manque de dialogue, choix imposés, effets de mode.

● Le tourisme pousse à l'assemblage

Prendre conscience de la transversalité du tourisme s'impose à l'étude des liens de causes à effets. Une pollution hôtelière sur un littoral tropical (niveau écologique) entraîne une diminution de la productivité du lagon et un front de mer inesthétique (niveaux de l'écologie et du social), provoque une diminution de la pêche artisanale et une atteinte à l'image touristique (niveau économique) et donc fragilise l'activité touristique elle-même (niveau macro-économique).

● De la transversalité à la durabilité sui generis

Les institutions et les consommateurs sont deux clés de la durabilité. Mais les réponses institu-

[31] Selon Bêche et Schier, il s'agit d'une « démarche qui consiste à mettre en œuvre au niveau d'un territoire les principes du développement durable. L'agenda 21 local s'inscrit dans un processus international de diffusion du concept de développement durable issu de la conférence de Rio (1992). La participation européenne au processus Agenda 21 local a été précisée dans la Charte d'Aalborg (1994) (…). Pour une collectivité territoriale, ses objectifs sont de préserver le capital naturel, promouvoir la justice sociale, diminuer les besoins de mobilité, éviter la contamination des écosystèmes », in Management local et réseaux d'entreprises, 2004 (NDLR).

tionnelles, sociales et privées du tourisme doivent être approfondies, renforcées et étendues. Les voies sont diverses : agendas 21 locaux du tourisme, multifonctionnalité rurale, système de management environnemental, labellisation des produits, codes et chartes de conduite, tourisme solidaire à reversement local, tourisme communautaire à petite échelle, études de faisabilité et d'impacts, subventions et taxes ciblées, campagnes d'opinion, écotourisme non massif, formes diffuses et discrètes du tourisme culturel, de nature et de découverte, sensibilisation et information du grand public pour orienter la demande.

● De la participation au contrat démocratique

Au final, la proximité apparaît comme la brique de base de la participation. En découle la qualité des relations avec et entre les familles d'accueil, les clients, les opérateurs, les partenaires. Le tourisme responsable peut contribuer à donner un contenu aux partenariats préconisés par le développement durable – femmes, jeunes, public, populations, communautés, collectivités – et contribuer au contrat démocratique.

Le tourisme responsable peut contribuer de manière plus large et plus dense au développement durable et à l'éradication de la pauvreté sociale et économique. Pour cela, les leçons d'une décennie d'initiatives en faveur du développement durable sont utiles.

Agendas 21 locaux, articulation global-local – si cruciale dans le domaine des transports –, coopération près du terrain ou coopération décentralisée, transversalité du tourisme, au cœur d'un réseau de relations et de logiques d'acteurs, équilibrage de l'économie par l'environnement, le social, le sociétal et la gouvernance, passage du pacte amical à la pratique démocratique : les dimensions du développement durable obligent le tourisme responsable à entrer dans une logique collective autour d'objectifs en grappe.

Les enjeux et défis du tourisme responsable

➤ par André Dollfus, consultant du Cabinet ADC en France et de Artodev au Burkina Faso

En 1878, un anglais Robert L. Stevenson, venu en France, traversait à pied, seul avec un âne, une partie du Massif central pour descendre en direction de la Méditerranée. Dans son livre « Voyage avec un âne dans les Cévennes », il relate son cheminement à travers ces montagnes boisées et surtout ses rencontres avec les habitants, ses interrogations sur leur mode de vie. Par son témoignage, il fut en un sens parmi les premiers touristes de l'ère moderne.

Un siècle plus tard, le tourisme s'est organisé et à l'époque des vacances, les aéroports européens continuent à faire le plein de groupes de touristes en partance pour ce qu'il est coutume d'appeler des destinations de rêve, aussi belles dans la réalité que sur la carte postale ou sur le dépliant publicitaire. Le tourisme est aussi un produit de consommation.

Aujourd'hui, des villages de la brousse d'Afrique ou des villages de pêcheurs d'Amérique latine se sont organisés pour accueillir pendant une ou deux semaines des petits groupes de voyageurs et leur faire partager pendant un temps leur vie quotidienne, leur faire connaître leur culture et leur mode de vie. C'est une nouvelle forme de tourisme. Dans chaque cas, le touriste (qui n'est toujours que de passage) est mis en situation dans un milieu qui n'est pas celui dans lequel il vit habituellement.

La notion de tourisme responsable insiste sur la rencontre, c'est-à-dire sur la relation qui s'établit entre le touriste et le milieu qui l'accueille. Le touriste vient avec sa propre culture, ses habitudes et réflexes, sa capacité financière mais aussi sa curiosité, son envie d'échanges. Le milieu d'accueil est plus qu'un simple campement ou hôtel, c'est un espace, un village, un terroir, avec sa population, ses règles sociales, son économie, son environnement, ses paysages plus moins façonnés par l'homme.

La rencontre – mélange de curiosité et de respect – entre l'accueillant et l'accueilli constitue les prémices d'un tourisme responsable. Elle est à la base de la qualité de l'offre d'accueil. Mais toutefois, la rencontre n'est pas automatique.

Les enjeux du tourisme responsable

● La rencontre et l'offre d'accueil

Dans le schéma touristique classique, sur un marché soumis à forte concurrence, l'offre est cons-

truite par un opérateur touristique du Nord qui intègre une ressource touristique du territoire de destination (mer-montagne-soleil-patrimoine monumental) dans une offre de services plus ou moins standardisée vendue au client qui a les moyens d'acheter le produit et dispose du pouvoir d'achat. La finalité du produit touristique est de satisfaire la demande, au demeurant largement conditionnée par l'offre des catalogues.

La rencontre, si elle se produit, concerne essentiellement la relation entre le touriste et les salariés ou prestataires locaux. Dans le prix payé par le voyageur, le coût de ces emplois locaux est un des éléments du coût du produit et la logique économique implique de gérer ces coûts au plus bas afin de générer un bénéfice nécessaire à l'opérateur, mais non productif pour le territoire d'accueil.

Dans le cas du tourisme responsable, la rencontre se fait avec la vie d'un territoire, avec sa population, ses activités, ses valeurs. L'offre est définie, construite, organisée, maîtrisée par les acteurs du territoire pour être ensuite présentée et négociée avec un opérateur de tourisme pour sa promotion et sa vente. La population locale n'est pas spectatrice passive du défilé des touristes mais initiatrice et co-organisatrice de la rencontre. Ainsi, une plus grande part des dépenses touristiques du voyageur peut-elle rester sur le territoire d'accueil et être réinvestie par ses acteurs au profit du territoire.

De même, le touriste ou le voyageur doit-il se préparer à la rencontre. Il arrive dans un milieu peu ou mal connu, et même avec l'envie de la rencontre et de l'échange, les repères sont difficiles pour communiquer avec l'autre, sans compter la question de la langue. Cela implique donc de sa part une préparation du voyage, tout comme les territoires d'accueil se préparent à accueillir.

● Un tourisme multifacettes, en croissance, mais encore peu développé

En France, de plus en plus d'associations ou d'entreprises de voyage proposent ou souhaitent proposer des séjours de tourisme responsable, en relation avec des partenaires du Sud, selon des formes multiples et variées.

Ainsi, ce tourisme responsable peut être équitable avec la volonté d'une juste rémunération pour les accueillants, ou solidaire avec l'idée que le développement local du territoire d'accueil soit financé par les contributions du Nord, ou encore durable pour soutenir une logique de développement à long terme, ou également se rattacher à l'écotourisme, avec un respect marqué pour l'environnement, ou même communautaire lorsqu'il est organisé et maîtrisé par toute une communauté villageoise, ou enfin en faveur des pauvres en impliquant les plus pauvres à la fois comme acteurs et bénéficiaires.

Et pourtant, aujourd'hui, cette forme de tourisme, en croissance, ne représente encore à peine que quelques pour cent du flux des voyageurs internationaux.

Comment sortir de la confidentialité ? Comment les opérateurs « classiques » de tourisme peuvent-ils s'inscrire dans cette démarche de tourisme responsable ?

● Une éthique pour l'avenir ?

Au-delà de l'offre touristique de base (accueil, hébergement, animations), le tourisme responsable trouve ses racines dans la vie du territoire et s'inscrit dans une logique de développement durable. En effet, il se situe à l'intersection de trois champs : économique, social et environnemental.

Par sa conception, il mobilise la population locale, valorise les productions agricoles et artisanales locales, génère des revenus aptes à contribuer au financement de nouveaux projets (éducation, santé, environnement, productions). Le tourisme responsable est aussi (et surtout ?) un élément de dynamique sociale, facteur d'ouverture, de respect, d'écoute et d'échanges culturels.

Par cette rencontre des cultures, il met en perspective l'évolution des sociétés, créant ainsi les conditions de nouvelles solidarités entre personnes de cultures différentes.

Enfin, il a le souci de valoriser l'environnement et le patrimoine comme des ressources à transmettre et non à détruire.

Le tourisme responsable serait-il donc un mini-laboratoire du développement durable ?

Les risques pour le tourisme responsable

Dès lors que le tourisme responsable est exigeant dans sa conception (économique, sociale, environnementale), il comporte dans la pratique des risques inhérents.

● Au niveau social

Le « choc culturel » né de la rencontre entre voyageurs et villageois peut se traduire par des comportements inappropriés de la part des voyageurs (arrogance, non-prise en compte des règles sociales ou encore misérabilisme ou assistanat). La question de la disparité des revenus peut aussi provoquer des relations ambiguës. Toutefois, l'expérience montre que ce genre de risques peuvent être évités dès lors qu'ils ont été détectés par anticipation et que les voyageurs, comme la population d'accueil, ont été préparés à l'avance à la gestion de la rencontre (formations locales, information et préparation au voyage).

● La rançon du succès et la massification des flux

Si le tourisme se développe trop sur un village, l'équilibre social et économique du village est menacé. Le « tout-tourisme » rend le village vulnérable, à la merci d'un revirement de la fréquentation touristique ou de la perte de la maîtrise de l'offre touristique par le village. Ce risque peut être prévenu en évitant les concentrations touristiques, c'est-à-dire en favorisant un réseau de tourisme diffus sur plusieurs communautés villageoises.

● Un impact limité

Un troisième risque pour le tourisme responsable est de limiter son succès à un simple projet touristique local (accueil, hébergement, animations) – fut-il de qualité – sans générer d'impacts visibles en matière de développement du terroir. En effet, le réinvestissement des revenus touristiques dans d'autres projets (éducation, santé, agriculture, artisanat, environnement) nécessite la mise en place d'accompagnements et de savoir-faire spécifiques qui ne sont pas forcément disponibles localement. Cela implique le soutien de réseaux, d'institutions et lorsque cela est possible, d'intégration dans des programmes de développement territoriaux. De telles conditions ne sont pas toujours réunies.

● Un risque lié au marché

Les expériences de tourisme responsable sont aujourd'hui portées par de petites structures (en France comme ailleurs).

Sur un marché touristique très concurrentiel, les formules de voyages responsables sont en général plus coûteuses que les autres voyages. Les actions de promotion de cette forme de tourisme peinent à mobiliser le grand public, elles sont en général réalisées avec de faibles moyens et les initiatives de promotion collectives restent trop rares et insuffisamment soutenues. Une difficulté supplémentaire est de savoir communiquer de manière compréhensible sur ce qu'est le tourisme responsable par rapport à d'autres formules touristiques.

Les défis pour le tourisme responsable

Face à ces enjeux et risques, et pour sortir le tourisme responsable de sa marginalité, les défis actuels sont à relever dans trois directions :

➤ **Auprès des institutions internationales**

– Réussir à les convaincre que le tourisme responsable peut être vecteur de développement social et économique, notamment pour les pays du Sud.

– Obtenir une reconnaissance du tourisme responsable comme outil d'éducation au développement pour les pays du Nord.

➤ **Au Nord**

– Fédérer les initiatives de tourisme responsable autour d'une charte commune, gage d'éthique et de développement durable.

– Négocier l'engagement d'opérateurs touristiques classiques sur des pratiques responsables, voire sur des partenariats de tourisme responsable avec le Sud.

➤ **Au Sud**

– Développer les capacités locales en ingénierie de formation et d'organisation pour accompagner les initiatives de tourisme et de développement responsables.
– Réussir l'adoption de politiques de soutien par les pays du Sud.

En conclusion et sous forme de boutade, nous dirons qu'aujourd'hui le tourisme responsable, né de la société civile, acteur du développement et de la rencontre entre les hommes, en appelle au soutien institutionnel pour un partenariat public privé... responsable (et durable ?).

La contribution du tourisme à la réduction de la pauvreté

➤ rapport de l'Organisation mondiale du tourisme[32]

Ce rapport de l'OMT s'appuie sur la contribution de l'organisation à une réunion sur le tourisme et le développement dans les pays les moins avancés (PMA) qui s'est tenue en 2002 dans l'île de Grande-Canarie (Espagne), ainsi que sur les contributions d'autres délégués à cette même réunion.

L'une des pierres angulaires du tourisme durable – écologique, social et économique – que l'OMT s'est engagée à promouvoir est le bien-être et l'environnement des communautés des personnes défavorisées. Le tourisme peut jouer un rôle important dans un développement durable et équilibré et générer des bénéfices pour les pauvres. L'OMT est convaincue que le pouvoir du tourisme – l'une des activités économiques les plus dynamiques dans le monde d'aujourd'hui – peut être mis à contribution d'une manière plus efficace encore pour résoudre plus directement les problèmes liés à la pauvreté.

L'OMT a l'intention de jouer un rôle moteur dans cette action et de servir de catalyseur aux mesures novatrices prises aussi bien par le secteur public que par le secteur privé : en collaboration avec la Cnuced, elle est en train de lancer une nouvelle initiative pour lier le développement du tourisme durable à la cause de l'élimination de la pauvreté.

Le tourisme est un poste d'exportation essentiel pour les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA) : sa croissance est rapide et il constitue la plus importante source de devises étrangères après le pétrole. Les 49 PMA ont reconnu l'importance du tourisme pour leur développement et ils font tout pour qu'on lui accorde un degré de priorité plus élevé.

Importance du tourisme pour les PMA

Le tourisme est l'un des principaux postes d'exportation dans 83 % des pays en développement, et le principal poste d'exportation dans un tiers de ces pays.

En 2000, les pays en développement ont compté 292 600 000 arrivées internationales, soit une augmentation de près de 95 % depuis 1990. Les 49 PMA en ont compté 5 100 000 en 2000, soit près de 75 % de plus en dix ans.

[32] Extrait de L'actualité des services aux entreprises. Revue BDS nº 6, Gret, Ministère des Affaires étrangères, septembre 2003.

Les pays en développement attirent une proportion croissante des arrivées de touristes internationaux dans le monde (42 % en 2000 contre 20,8 % en 1973). Le tourisme interne est un marché important qui connaît une croissance rapide dans certains pays en développement, ce qui n'est généralement pas le cas dans les pays les plus pauvres.

80 % des pauvres du monde, ceux qui vivent avec moins de un dollar par jour, vivent dans douze pays. Dans onze de ces pays, le tourisme occupe une place importante et est en pleine croissance.

Entre 1990 et 2000, les pays en développement, et plus particulièrement les PMA, ont bénéficié d'une augmentation de leurs recettes par arrivée internationale plus importante que celle enregistrée dans les pays de l'OCDE[33] ou de l'Union européenne. Dans les PMA, cette augmentation a été de 45 % et dans les pays en développement de près de 20 % contre 18 % pour les pays de l'OCDE et 7,8 % pour ceux de l'Union européenne.

En 2000, le tourisme s'est hissé au troisième rang des principaux postes d'exportation aussi bien dans les pays en développement que dans les PMA. Si l'on ne tient pas compte des exportations du secteur pétrolier (elles ne sont importantes que dans trois de ces pays), le tourisme constitue la première source de recettes en devises étrangères dans les 49 PMA.

Le tourisme, puissant instrument de croissance pour les pays en développement

Le tourisme attire dans les pays du Sud des consommateurs relativement aisés ; il représente un important marché potentiel pour les chefs d'entreprise locaux, et constitue un véritable moteur pour le développement économique durable.

Le consommateur se rend lui-même à la destination concernée, ce qui ouvre des débouchés pour la vente de biens et services complémentaires.

Le tourisme offre d'importantes possibilités de diversification de l'économie locale. Il peut souvent se développer dans des zones pauvres et marginales qui n'ont que peu d'autres possibilités d'exportation et de diversification. Les touristes sont souvent attirés vers les zones les plus éloignées qui offrent un plus grand intérêt au niveau de la culture, de la faune et de la flore, des paysages. L'un des actifs les plus précieux des pauvres est leur patrimoine culturel et naturel et le tourisme permet de capitaliser sur cet actif.

Le tourisme offre davantage de possibilités de recours à une main-d'œuvre nombreuse et d'activités à petite échelle que tout autre secteur d'activités, à l'exception de l'agriculture. Il permet également, mieux que ne le fait n'importe quel autre secteur, de promouvoir l'égalité des sexes et d'employer une proportion de femmes relativement élevée.

Les pays en développement ne rencontrent que peu d'obstacles aux échanges commerciaux dans la promotion de leurs exportations dans le secteur du tourisme. Bien que deux facteurs négatifs, les déperditions et la volatilité de la demande affectent ce secteur, aucun indice ne laisse à penser que cet impact soit plus important que pour d'autres postes d'exportation.

Il vaut vraiment la peine, du point de vue économique, de promouvoir le tourisme dans les pays en développement et les PMA.

Il est possible d'obtenir une importante croissance en accordant une haute priorité à la réduction des déperditions et au renforcement des liens avec l'économie locale. La réussite dans ce domaine dépendra toutefois de la valeur réelle de la destination sur le marché et de la qualité des produits proposés, ainsi que de l'établissement de partenariats efficaces entre les communautés concernées, le secteur public et le secteur privé.

Les déperditions financières – lorsque le pourcentage des recettes du tourisme retenues sur le marché local est beaucoup trop faible – réduisent l'impact du tourisme sur le développement. Inversement, les liens établis avec l'économie locale – l'utilisation de biens et services locaux – permettent de créer davantage d'emplois et d'ouvrir des débouchés plus nombreux aux PME[34] locales. Sur un plan pratique, la meilleure stra-

[33] Organisation de coopération et de développement économiques.

[34] Petites et moyennes entreprises.

tégie consiste à s'efforcer de nouer des liens locaux, de retenir une proportion raisonnable des recettes sur le marché local et de promouvoir un développement intégré.

L'efficacité des liens établis dépend de la qualité, de la fiabilité et de la compétitivité des produits locaux, qui doivent être élevées si l'on veut que ces produits réussissent à pénétrer le marché. Pour ce faire, il faut que les entreprises du secteur formel local fassent tout leur possible pour nouer des alliances efficaces. Les membres les plus pauvres des communautés peuvent être aidés à accéder au marché du tourisme grâce à l'adoption de mesures d'appui au secteur informel et grâce au développement de liens avec le secteur formel.

Comment renforcer les effets bénéfiques du tourisme

Plusieurs stratégies ayant fait leurs preuves peuvent être utilisées pour renforcer les effets bénéfiques généraux du tourisme de manière à ce qu'ils permettent avant tout de réduire la pauvreté :

- attirer un plus grand nombre de segments de marché très rentables ;
- prolonger le séjour des touristes ;
- accroître les dépenses des touristes ;
- développer des produits complémentaires ;
- bien répartir géographiquement les effets bénéfiques du tourisme ;
- améliorer les infrastructures et obtenir des avantages grâce à une bonne planification ;
- gérer localement le tourisme et les partenariats ;
- développer les PME ;
- réduire le caractère saisonnier du tourisme ;
- mettre l'accent sur l'emploi et la formation.

Il est également possible d'adopter certaines mesures visant à accroître les effets bénéfiques du tourisme pour l'économie locale dans la zone de destination et à assurer, au bout du compte, une triple durabilité. Ces mesures consistent notamment à :

- faciliter l'accès de la communauté locale au marché du tourisme ;
- optimiser les liens avec l'économie locale et minimiser les déperditions ;
- tirer avantage des stratégies d'obtention de revenus existantes, et les compléter, en créant des emplois et en développant les petites entreprises ;
- veiller à ce que les projets touristiques contribuent au développement de l'économie locale d'une autre manière encore que par leur apport de recettes au niveau national.

Il faut également, et dans le même temps, que les politiques et pratiques adoptées encouragent et facilitent la préservation du patrimoine naturel et culturel. Elles devraient en outre permettre de minimiser et idéalement d'éliminer les effets négatifs du tourisme sur les communautés locales et les systèmes socioculturels.

Les mesures en faveur des groupes défavorisés

Pour accroître les effets bénéfiques du tourisme pour les pauvres, un certain nombre de mesures doivent être prises.

Les stratégies dans le domaine de ce qu'il est convenu d'appeler le tourisme « en faveur des pauvres » sont plus particulièrement axées sur la suppression de tout ce qui peut faire obstacle aux possibilités que le tourisme offre aux pauvres, et non sur la seule expansion de la taille globale du secteur. Ces stratégies sont distinctes de celles du développement du tourisme en général.

Il est possible d'appliquer des mesures en faveur des groupes défavorisés au sein de n'importe quel segment de l'industrie du tourisme. Ces mesures doivent tout particulièrement tenir compte des besoins des pauvres et il doit être prouvé qu'elles peuvent avoir un impact positif.

De nombreux exemples d'un tourisme qui contribue à la réduction de la pauvreté dans les pays en développement existent :

- par exemple, en Gambie, des alliances ont été nouées au niveau local entre le secteur privé, le

gouvernement et les pauvres pour accroître dans des proportions significatives les revenus des travailleurs du secteur informel dans les lieux de séjour ;

➤ en Afrique du Sud, la politique gouvernementale a encouragé le secteur privé à adopter des pratiques permettant de réduire la pauvreté, de suivre les progrès accomplis et de rendre compte des résultats obtenus ;

➤ en Équateur et au Népal, des voyagistes et des communautés locales ont eu la capacité d'accroître l'impact du tourisme sur la réduction de la pauvreté.

Les mesures adoptées en faveur des groupes défavorisés peuvent vraiment influencer le cours des événements pour les pauvres, mais pour obtenir des changements significatifs dans ce domaine, il faudra encore déployer beaucoup d'efforts.

Que faudrait-il faire ?

L'OMT est convaincue que :

➤ le tourisme peut être utilisé pour développer l'économie locale sous des formes permettant de contribuer à la réduction de la pauvreté ;

➤ les critères de réduction de la pauvreté devraient jouer un rôle plus important dans le processus de prise de décisions relatif au développement du tourisme ;

➤ le tourisme doit être considéré comme une option de développement primaire au même titre que d'autres secteurs d'activités ; c'est à ce titre qu'il doit être pris en compte dans la politique gouvernementale, dans les mesures connexes adoptées par les banques de développement et dans les plans d'intervention des organismes bilatéraux et multilatéraux.

Au-delà des hypothèses traditionnelles quant à l'effet « retombées pour les pauvres » et à l'effet multiplicateur, certaines études montrent qu'il est possible de mesurer et d'analyser les effets bénéfiques du tourisme sur l'économie locale, et de les influencer en faveur de la réduction de la pauvreté.

Les défis à relever

L'ampleur et l'importance des problèmes à résoudre sont considérables. Ces problèmes sont de tous ordres :

➤ Accès des pauvres au marché : emplacement géographique, élites économiques, exclusion sociale.

➤ Viabilité commerciale : qualité et prix des produits, commercialisation, atouts de la destination en général.

➤ Cadre politique : propriété des terres, cadre réglementaire, processus de planification, attitudes et capacités du gouvernement.

➤ Mise en œuvre : résolution du problème de l'insuffisance des compétences, coûts et objectifs de gestion, optimisation de la collaboration.

La réussite du développement du « tourisme pour les pauvres » nécessite une forte orientation commerciale, ainsi que la capacité de traiter avec un large éventail d'intervenants et de parvenir à un changement intégré.

Compte tenu de la diversité des milieux et des cultures dans le monde, ainsi que de la complexité du tourisme, il est peu probable que l'on puisse trouver des solutions standard.

Une implication de toutes les parties prenantes est indispensable

Ce sont les gouvernements qui doivent jouer le rôle moteur : ils doivent composer des stratégies fondées sur une anticipation des grandes évolutions à venir, adopter des politiques concrètes, élaborer des règles judicieuses, accorder beaucoup de soin à une bonne coordination avec l'ensemble des intervenants.

Le secteur privé est également un intervenant essentiel : en tant que partenaire, facilitateur, client, circuit de commercialisation, catalyseur financier et conseiller.

Les pauvres eux-mêmes jouent de nombreux rôles : en tant que producteurs, fournisseurs et

travailleurs, mais aussi en tant que participants et décideurs.

La société civile a un rôle important à jouer dans l'intégration des pauvres, en impliquant entre autres les établissements d'enseignement de tous niveaux, les groupements professionnels, la presse, les organisations communautaires et les ONG.

Les donateurs doivent veiller à prendre en compte le tourisme dans l'analyse des différentes options de développement, encourager les autres parties prenantes à participer aux mesures actives qui auront été prises, fournir une assistance technique, apporter un financement permettant de développer d'autres projets et mettre à disposition des experts dans ce nouveau domaine d'activité.

Il est important d'inclure quatre groupes particuliers :

➤ les personnes qui gèrent, planifient ou influencent les activités touristiques dans des pays pauvres du Sud ou dans des zones visitées par les touristes et où vivent un nombre important de pauvres ;

➤ les personnes chargées de mettre au point et promouvoir, au niveau international, le programme d'action sur le « tourisme durable », qui reconnaissent l'importance des dimensions économiques et sociales de la durabilité ;

➤ les personnes qui appliquent des méthodes de réduction de la pauvreté dans des zones à potentiel touristique ;

➤ les personnes qui contribuent à la formation des opinions relatives aux stratégies à utiliser pour la réduction de la pauvreté.

Les conditions nécessaires à la réduction de la pauvreté grâce à des projets touristiques spécifiquement ciblés sont réunies dans les pays en développement et les PMA. Le tourisme peut être renforcé à cette fin et les stratégies et instruments indispensables pour atteindre ces objectifs sont en pleine évolution.

Les exemples existants sont toutefois peu nombreux et il reste encore beaucoup à faire pour donner une plus grande ampleur à ces activités si l'on veut que le tourisme contribue aux efforts déployés pour atteindre les objectifs internationaux en matière de réduction de la pauvreté.

Le tourisme durable en tant qu'instrument d'élimination de la pauvreté

Pour atteindre ces objectifs, l'OMT et la Cnuced, qui souhaitent faire progresser le développement des pays les plus pauvres du monde, ont convenu en juin 2002 de conjuguer leurs efforts en vue de mettre en place un nouveau cadre qui permettrait d'aider les pays en développement et les PMA à réduire la pauvreté grâce au tourisme.

Le projet, dénommé TD-EP (Tourisme durable - Élimination de la pauvreté) a pour but de réorienter et mobiliser le tourisme durable – social, économique et écologique – afin d'en faire un outil de premier plan pour l'élimination de la pauvreté dans les pays les plus défavorisés, plus particulièrement les PMA, en apportant des emplois et autres éléments de développement aux personnes qui vivent avec moins d'un dollar par jour.

La principale composante du TD-EP sera un cadre institutionnel tripartite chargé de recueillir des fonds importants, d'identifier les meilleures pratiques en matière de recherche et de mettre sur pied un système d'exploitation spécialement conçu pour encourager un tourisme durable orienté vers l'élimination de la pauvreté.

Le premier volet de ce cadre tripartite sera une fondation internationale dont l'objectif consistera à trouver d'importantes sources de revenus afin de financer les activités qui permettront d'atteindre les objectifs du TD-EP dans les domaines de la recherche, des activités opérationnelles et de la promotion. Le conseil d'administration de cette fondation sera composé d'éminentes personnalités du secteur public, du secteur privé et de la société civile. Il conduira ses travaux dans la plus totale transparence. Il recueillera des fonds et les affectera au financement de différents programmes opérationnels ou de recherche novateurs axés sur les communautés, susceptibles d'avoir un impact positif direct sur les pays les plus pauvres du monde. Il sera également chargé de donner la plus large publicité possible aux meilleures pratiques.

Le deuxième volet sera la base de recherche. Un petit institut mettra sur pied des réseaux mon-

diaux de communautés universitaires, orientera les travaux de recherche sur les liens entre le tourisme durable et l'élimination de la pauvreté et identifiera des modes opératoires concrets susceptibles d'être réutilisés ailleurs. Il travaillera en étroite collaboration avec la fondation pour commander des travaux de recherche, valider les résultats et établir des directives sur les activités liées au marché du TD-EP en se basant sur l'engagement de multiples intervenants et en cherchant à faire en sorte que son action bénéficie le plus possible aux communautés locales.

Le troisième volet sera celui des activités durables. Ce programme consistera à lancer des projets de petite et moyenne tailles en faveur des communautés les plus pauvres du monde, qui permettront à ces dernières d'obtenir des revenus durables en s'engageant dans des activités liées au tourisme. Les projets qui respecteront les principes du TD-EP seront suivis et leurs résultats seront certifiés ; une cérémonie annuelle de remise de prix permettra de promouvoir l'approche du TD-EP et de récompenser ceux qui défendent le mieux sa cause.

L'Organisation mondiale du tourisme et la Cnuced assureront la promotion et le développement de ce concept afin qu'il puisse être appliqué dès 2003 et au-delà, en encourageant et en favorisant la participation de toutes les parties prenantes – gouvernement, secteur privé, société civile.

Tourisme, acteurs et territoires

Résultats du Forum international « Tourisme solidaire et développement durable », FITS 2003

➤ par André Dollfus, Alain Laurent et Pierre Martin-Gousset, Groupe T2D2

Le Forum international « Tourisme solidaire et développement durable » - FITS 2003, a réuni en septembre 2003 en Provence, 295 participants en provenance de 74 pays (Europe, Asie, Afrique, Moyen-Orient, Amérique du Nord, Amérique latine). Après des visites de terrain dans les Parcs naturels régionaux[35], des ateliers internationaux à Gap puis le forum lui-même à Marseille[36] ont réuni l'ensemble des participants autour de trois thématiques : La production touristique ; Tourisme, territoires et développement ; Le tourisme responsable, enjeux éthiques et maîtrise des effets. Ce texte reflète la synthèse des contributions présentée par thème.

[35] Parcs du Luberon, du Queyras, du Verdon et Pays Büech-Sisteronnais.

[36] Animés par le Groupe T2D2, en partenariat avec la DGER du ministère de l'Agriculture, de l'Unat et de la CPTR.

La production touristique

● Les éléments déclencheurs d'un projet de tourisme responsable et solidaire

Les éléments déclencheurs d'un projet touristique au sein de communautés rurales peuvent se regrouper en trois grandes « familles » :

Comment se construit une offre de tourisme solidaire et responsable et comment trouve-t-elle un public ?

Sous-thèmes abordés

- Les éléments déclencheurs d'un projet de tourisme responsable et solidaire
- Les étapes clés du déroulement d'un projet de tourisme responsable et solidaire
- Les conditions de la rencontre de l'offre et de la demande
- Les conditions de la maîtrise du projet par les acteurs locaux
- La redistribution des retombées du tourisme responsable et solidaire sur les territoires
- L'évaluation

➤ Par réaction et protection : les communautés sont confrontées à un développement touristique venu de l'extérieur qu'ils ne maîtrisent pas ou qui leur assure très peu de retombées directes positives et/ou beaucoup de désagréments. Par réaction, ces communautés s'organisent, en cherchant éventuellement des appuis extérieurs (associations, ONG, personnes ressources), pour mieux le maîtriser et en tirer un profit direct, principalement en termes d'emplois et de revenus, mais également pour améliorer et maîtriser l'image d'eux-mêmes véhiculée par le tourisme. Ce type de démarche les conduit à devenir partie prenante de l'activité touristique sur leur territoire, en édictant des règles et codes de bonne conduite et/ou en devenant à leur tour prestataires touristiques (guidage sur site, hébergement, restauration, animations culturelles, etc.).

➤ Dans un souci de diversification des activités génératrices de revenus : dans le cadre d'un programme de développement rural et – le plus souvent – à l'occasion d'un processus de diagnostic/bilan, les communautés villageoises cherchent à diversifier leurs activités génératrices de revenus et se tournent vers l'activité touristique dont elles ont eu connaissance par contact de proximité ou par des membres de la communauté ayant voyagé.

Cf. exemple du programme de tourisme solidaire développé par Migrations & Développement au Sud-Maroc, page 86.

➤ Par opportunité de programme ou de rencontres : l'idée d'introduire une activité touristique dans le champ des activités communautaire est introduite par un organisme ou une personne extérieurs au milieu, porteurs d'un projet ou d'une démarche de tourisme responsable et solidaire au service du développement. L'idée est alors progressivement traduite en projet et en actions conduisant les communautés à devenir des opérateurs touristiques, véritables acteurs ou simples prestataires.

Cf. exemple de l'association Tourisme et développement solidaires et son programme « Villages d'accueil^{TDS} » au Burkina Faso, page 62.

Les participants ont souligné que quel que soit l'effet déclencheur du projet touristique, celui-ci doit s'appuyer sur des dynamiques locales de développement préexistantes, le tourisme seul n'étant pas en lui-même un facteur de développement mais plutôt un levier.

Les participants ont également souligné l'importance du travail préparatoire à l'introduction des activités touristiques sur un territoire comprenant principalement :

➤ une information et une sensibilisation des populations ;

➤ une identification des ressources et des conditions de leur valorisation touristique ;

➤ une évaluation et une information des enjeux de l'activité touristique pour l'avenir du territoire.

Cette étape préliminaire indispensable nécessite un accompagnement rigoureux et donc des moyens humains (acteurs animateurs) et financiers adaptés, qui font actuellement trop souvent défaut sur le terrain.

● Les étapes clés du déroulement d'un projet de tourisme responsable et solidaire

Bien poser les objectifs au départ et les faire connaître

Les participants ont souligné l'importance de bien poser au départ les objectifs de l'activité touristiques. Ceux-ci doivent être construits avec les communautés, être connus et validés par l'ensemble des personnes concernées directement ou indirectement sur le territoire : « le cadre doit être construit PAR, AVEC et POUR les populations d'accueil » a indiqué un participant.

Importance toujours de l'information et de la sensibilisation : les choses doivent être connues de tous par souci de transparence.

Former

La formation est un outil indispensable à tout projet de tourisme au profit des communautés de base : formation des personnes impliquées directement dans l'activité touristique, notamment les guides et les accompagnateurs, du personnel d'accueil, etc., mais aussi formation de l'encadrement villageois, des agents de développement, des administrations territoriales et nationales, toutes les organisations qui constituent la sphère « développement » des communautés d'accueil.

Les participants ont souligné l'importance que cette formation ne soit pas calquée sur les modèles du tourisme conventionnel, mais s'appuie sur les valeurs culturelles et les savoir-faire traditionnels pour conserver aux services et aux fonctions toute leur authenticité qui constituera leurs « valeurs ajoutées » (au niveau de l'accueil, de la cuisine, de l'hôtellerie, du guidage, des animations, etc.).

Pour ce faire, il est important que la formation fasse appel à des personnes ayant une bonne connaissance préalable des milieux où elles interviennent, en utilisant les outils de la formation participative.

Problème soulevé par de nombreux participants : les outils de formation adaptés sont encore trop peu nombreux, les organismes conventionnels de formation au tourisme et à l'hôtellerie ne répondant pas à leurs attentes. De plus, il est difficile de mobiliser des aides pour financer ces programmes de formation.

Bien connaître son marché

Sans parler d'étude de marché approfondie, il est important que les acteurs identifient bien à qui ils peuvent vendre leurs produits, par quels intermédiaires et avec quels réseaux mobilisables ils peuvent entrer en contact avec eux. Actuellement, les réseaux impliqués dans la promotion de ce tourisme responsable et solidaire au Nord correspondent majoritairement à des organisations militantes, une certaine méfiance se manifestant à l'égard des réseaux conventionnels du tourisme dont on craint la logique « productiviste » sans lien avec le développement des territoires d'accueil.

Avancer lentement, respecter les étapes

L'avancement d'un projet touristique doit respecter des étapes alternant sensibilisation, formation, action, évaluation. Une phase d'expérimentation avec l'organisation d'un ou plusieurs produits tests contribue à cette progression nécessaire des choses, permettant aux populations locales de s'approprier « en douceur » le projet.

Accompagner le processus, l'évaluer régulièrement

La mise en œuvre d'un projet touristique dans de bonnes conditions d'appropriation et d'assimilation par les populations locales nécessite un accompagnement technique rigoureux pour que soient assurées l'animation, la sensibilisation, la définition des besoins de formation, l'organisation des activités, etc.. Cet accompagnement dépasse le cadre strict de la production touristique pour s'intéresser à l'environnement socioculturel et institutionnel des territoires d'accueil.

Les participants ont souligné également l'importance d'une évaluation régulière du processus afin de le recadrer en permanence avec les réalités locales. Cette évaluation doit se faire en rapport avec les objectifs du projet, d'où l'importance de bien poser ceux-ci au démarrage.

Rechercher les financements

La mise en œuvre d'un projet de tourisme responsable et solidaire nécessite donc un important investissement immatériel dont le financement s'avère actuellement difficile car peu pris en compte dans les programmes d'appui et les institutions. La recherche de financement est donc une étape incontournable mais très aléatoire en l'état actuel des choses.

● Les conditions de la rencontre de l'offre et de la demande

Bien définir son produit

Le tourisme responsable et solidaire s'inscrit dans une économie de marché et les produits touristiques qui en découlent doivent trouver leurs publics. Pour cela, les participants ont mis l'accent sur la nécessité de bien définir les produits, qui doivent être clairs, imaginatifs et créatifs, compétitifs : ce ne sont pas des produits « au rabais » qui se contenteraient de l'approximation.

Des produits centrés sur la rencontre et sur l'échange, dans le respect des pays d'accueil

Les produits issus du tourisme responsable et solidaire ont en commun d'être centrés sur la rencontre et l'échange entre les populations locales et les voyageurs. Cela ne peut se faire que dans une démarche respectueuse des populations locales, de leur culture, de leur patrimoine et de leur environnement. Cet objectif ne peut être réellement atteint que si ces populations locales sont impliquées dans le processus, d'où

l'importance de respecter les étapes définies précédemment.

Une offre de qualité : importance d'établir des « codes de bonne conduite »

L'avenir du tourisme responsable et solidaire passe par une démarche qualité. Qualité des produits, mais également qualité de la démarche par rapport aux obligatgions de responsabilité et de solidarité qui engagent l'ensemble des acteurs de la démarche : la population d'accueil, ses partenaires relais et les voyageurs qui doivent se sentir partie prenante de ce tourisme.

Les participants ont souligné l'importance d'établir à ce niveau des « codes de bonne conduiteé » qui doivent partir de la base : c'est aux populations d'accueil de définir ces codes.

Une offre organisée, mise en réseau, certifiée

Les participants ont souligné l'importance de s'organiser au niveau de la promotion et de la mise en marché des produits et de la démarche de tourisme responsable et solidaire, notamment pour éviter toute forme de récupération de la part des intermédiaires touristiques à leur seul profit.

On craint en particulier que le travail de fond auprès des populations d'accueil ne soit récupéré par ces intermédiaires et que ceux-ci n'exercent comme dans le secteur touristique conventionnel une pression permanente sur les opérateurs locaux, pour leur demander toujours plus de services pour des prix toujours plus bas.

On craint également la récupération en termes d'image, avec le risque de voir habiller de la dénomination « responsable et solidaire » des démarches et des produits strictement commerciaux et/ou caritatifs, avec tous les risques de « brouillage » que cela comporte pour les consommateurs et les acteurs.

Importance des réseaux Nord-Sud pour la mise en relation de l'offre et de la demande et la préparation des voyageurs

Le développement du tourisme responsable et solidaire s'appuie principalement sur des réseaux engagés et militants, de nature associative. Leur rôle est indispensable et prédominant à tous les niveaux, sur le terrain pour initier et accompagner le processus d'organisation des acteurs locaux mais également dans la mise en relation entre l'offre et la demande. Les participants ont souligné l'importance de ces réseaux au Nord pour dispenser auprès du public une bonne information sur les enjeux de cette nouvelle forme de tourisme mais également sur la préparation des voyageurs, étape importante pour que la rencontre et l'échange se fassent sur des bases constructives et harmonieuses.

Dans l'avenir, il apparaît pour beaucoup nécessaire de s'intégrer à des structures de mise en marché performantes, au moyen de réseaux thématiques identifiables, avec ou sans le secteur conventionnel du tourisme (tour-opérateurs et agences).

Importance d'Internet dans la mise en relation, la promotion, la communication

Les participants ont souligné l'importance de cet outil dans le développement de leurs activités, à la fois pour informer mais également s'informer.

Une demande en progression

Selon les participants, la demande du public pour un tourisme responsable et solidaire et des produits favorisant l'échange et la rencontre avec les populations d'accueil est en constante progression. De leur point de vue, c'est un phénomène encore marginal – chacun travaille sur des volumes d'activité modestes – mais qui correspond à une tendance de fond qui devrait progresser. Cependant, il manque des outils d'analyse de cette demande et de son évolution afin de mieux la cerner et l'appréhender.

Penser aux marchés locaux

Il a été souligné l'importance de ne pas négliger les marchés intérieurs comme débouchés possibles et intéressants pour l'offre de tourisme responsable et solidaire. Un effort doit être entrepris dans ce sens, à la fois pour ne pas rendre les acteurs locaux dépendants des aléas des échanges internationaux, mais également pour créer un réseau d'échanges entre les milieux ruraux et urbains à l'intérieur des pays.

Cette recherche d'intégration locale passe par un travail d'adaptation des produits, des services et des tarifs à la demande intérieure, ainsi que par une communication spécifique et la recherche de réseaux adaptés.

● Les conditions de la maîtrise du projet par les acteurs locaux

L'examen de ce sous-thème par les participants a conduit à reprendre un certain nombre de points abordés précédemment, dans la mesure où toute la réflexion sur cette démarche de tourisme responsable et solidaire est centrée sur cet objectif de maîtrise par les populations locales.

Ceci passe principalement par un niveau local d'organisation et de fonctionnement adapté :

➢ un dispositif d'information et de sensibilisation permanente des populations locales pour leur faire connaître les enjeux et les impliquer dans les différentes étapes de la démarche ;

➢ une bonne communication entre les différentes composantes de la société locale sur le territoire d'accueil (autorités coutumières, religieuses, administratives, associations et groupements, ONG de développement, structures d'appui, etc.) afin que chacun soit au courant des enjeux du projet et « tire dans le même sens » ;

➢ une implication directe des populations bénéficiaires, y compris financière, dans la mise en œuvre du projet et le déroulement des activités ;

➢ un dispositif de formation permettant aux acteurs locaux de mieux comprendre et de mieux agir ;

➢ un ancrage réel des activités touristiques dans la culture et le tissu socio-économique ;

➢ une véritable gestion collective des activités et de leurs retombées, notamment économiques (souci de transparence et d'information des populations locales sur les retombées du projet) ;

➢ un dispositif de représentation sociale de la population locale, étroitement associé au projet ;

➢ un dispositif d'auto-évaluation et de contrôle exercé par et pour la population locale.

Cela passe aussi par une adaptation des comportements des voyageurs et des intermédiaires pour respecter les équilibres locaux :

➢ l'établissement d'un code de bonne conduite précisant les engagements de chacun : hôtes, voyageurs et intermédiaires ;

➢ une préparation-information des voyageurs, personnelle ou collective pour favoriser la rencontre et l'échange, la découverte et le respect ;

➢ la capacité et la possibilité de la population locale de dire « non ! » : non à un voyageur irrespectueux, non à un intermédiaire profiteur, non au développement de produits et d'activités contraires à ses valeurs.

● La redistribution des retombées du tourisme responsable et solidaire sur les territoires

Les participants sont unanimes pour témoigner de retombées positives en matière de développement sur les territoires. Ces retombées sont multiformes, économiques, sociales et culturelles.

Financement et réalisation de micro-projets de développement

Pour les participants, ceci est certainement la forme la plus visible des retombées de ce tourisme. Ces micro-projets ont le plus souvent un caractère social, prenant la forme de réalisation d'équipements (école, dispensaire, maternité, puits, etc.) ou d'appui à des initiatives de base (groupements, associations, etc.). De ce fait, ils ont une incidence directe sur l'amélioration des conditions de vie des populations locales.

Création d'emplois et maintien des jeunes

Dans tous les cas, cette forme de tourisme crée des emplois locaux qui n'existeraient pas par ailleurs. Même s'ils sont saisonniers, ces emplois contribuent fortement au maintien des jeunes sur les territoires en freinant leur exode saisonnier ou permanent.

Maintien de la population locale, voire retour des migrants

Dans les projets les plus anciens, les participants témoignent d'une réelle incidence de l'activité touristique sur le maintien de la population locale, voire, dans certains cas cités, le retour de population émigrée.

Retombées fiscales pour les collectivités locales

Ces retombées (le plus souvent sous forme de taxes de séjour et de patentes) sont des éléments appréciables pour les budgets des communes, très démunies par ailleurs. Ceci contribue à renforcer les politiques de décentralisation et à favoriser l'autonomie des communes.

Importance majeure de la cogestion et de la transparence pour maximiser les retombées

Pour les participants, l'expérience montre que les retombées sont d'autant plus importantes que la démarche repose sur un système de cogestion communautaire, basée sur la transparence : plus les gens sont impliqués dans le projet et tenus informés de son fonctionnement, plus les retombées sont importantes. A contrario, il y a un risque de démobilisation voire de rejet ou de marginalisation de l'activité touristique, si celle-ci est monopolisée ou captée par des opérateurs travaillant de manière isolée sur le territoire d'accueil sans relation claire et transparente avec celui-ci et son système de représentation sociopolitique.

● L'évaluation

Un outil indispensable

L'évaluation est un outil qui paraît indispensable à la majorité des participants pour aller plus loin dans la démarche et espérer progresser.

Elle concerne à la fois le suivi de la démarche et l'impact en matière de développement. Dans ce dernier cas, les voyageurs sont demandeurs des résultats de cette évaluation pour vérifier qu'il y a bien adéquation entre la promesse de développement et les résultats acquis.

Une évaluation participative

Cette évaluation doit être participative, la population locale (évaluation interne) devant être impliquée dans la définition des indicateurs et des critères qui doivent être adaptés aux réalités locales et porter sur des éléments qualitatifs et quantitatifs. Le suivi de la satisfaction des voyageurs est un élément important de cette évaluation.

Cette évaluation doit porter non seulement sur les pratiques sur le terrain mais également sur celles des relais au Nord.

Tourisme, territoires et développement

● Interactions entre le projet touristique et le développement du territoire

La notion de territoire doit être vue comme liée au bassin de vie d'une population locale et non liée stricto sensu au découpage administratif (de la commune, du département, de la province ou de la région, selon les découpages étatiques).

Un va-et-vient permanent, facteur d'enrichissement réciproque

La relation entre tourisme et territoire doit être construite dans un va-et-vient permanent entre les objectifs du projet touristique et son intégration dans le territoire. Cela nécessite d'associer les composantes sociopolitiques de ces territoires dans la mise en œuvre du projet touristique, avec un système de représentation et de partenariat bien défini et une recherche permanente de synergie entre les acteurs locaux.

En premier lieu, ce sont les atouts et les handicaps de ce territoire qui vont déterminer la nature du projet touristique, son contenu, son identité propre et singulière.

La valorisation de toutes les ressources de ce territoire va permettre par la suite d'enrichir le projet touristique en permettant de diversifier les activités et animations proposées, se traduisant par

Quel est le lien entre le développement d'un tourisme plus responsable et le développement intégral du territoire ?

Sous-thèmes abordés

- ➤ Interactions entre le projet touristique et le développement du territoire
- ➤ Le tourisme responsable et solidaire, facteur de développement durable
- ➤ Partage des rôles et responsabilités entre acteurs touristiques et acteurs du développement
- ➤ Partage des rôles et responsabilités entre acteurs du Sud et acteurs du Nord

un allongement des séjours et un accroissement des retombées positives. Cependant, plusieurs participants porteurs de projets locaux ont insisté sur le fait que le projet doit pouvoir avancer indépendamment de la réalité organisationnelle et politique du territoire. Le lien de leur projet avec le développement du territoire n'existe pas au travers de programmes de développement mais plutôt à travers leur propre conviction que leur projet sera bénéfique pour le développement du territoire. A été également évoqué le problème posé par la différence des échelles de temps, entre le temps du tourisme qui est immédiat et celui du développement qui s'inscrit dans la durée, avec des décalages que les voyageurs ne comprennent pas toujours par rapport à la lenteur des évolutions et des réalisations sur le terrain.

Le tourisme responsable et solidaire valorise l'identité du territoire et contribue à la protection de son patrimoine

Le tourisme responsable et solidaire contribue à valoriser l'identité d'un territoire et de sa population, il peut même aider à retrouver cette identité. Il contribue positivement à la sauvegarde et à la préservation du patrimoine par les populations locales en lui donnant une valeur économique et culturelle.

● Le tourisme responsable et solidaire, facteur de développement durable

Une question de mesure et d'équilibre

Pour que cet objectif soit atteint, les participants ont souligné l'importance de trouver un juste équilibre dans le développement de l'activité touristique, qui doit venir en complément des activités traditionnelles, notamment agricoles, et non devenir une finalité principale : « trop de tourisme, mal maîtrisé, tue le développement ». L'accent est mis à nouveau, à ce niveau, sur la formation et l'information pour aider les populations locales à connaître les limites de l'activité touristique et à mesurer et prévenir ses effets pervers.

Les effets induits du tourisme peuvent avoir un effet positif pour un développement durable

En contribuant à élever le niveau d'éducation des populations locales et leurs savoir-faire, en améliorant leur niveau sanitaire, en aidant les habitants à s'ouvrir et à échanger avec le monde extérieur, en libérant des énergies nouvelles, en aidant à porter un autre regard sur leur environnement et leurs valeurs culturelles, en luttant contre l'extrême pauvreté et l'exclusion, notamment des femmes, le tourisme responsable et solidaire a un effet positif et durable sur le développement. Cet effet peut même perdurer au-delà de l'activité.

Mais aussi des effets négatifs

Ce tourisme peut aussi avoir des effets négatifs en entraînant une perte d'identité, s'il cherche trop à coller à la demande sans veiller au respect des valeurs culturelles de la population, en créant une pression sur le patrimoine par le fait de l'ouverture, pouvant se traduire par un risque de dépossession.

Il peut aussi entraîner une démobilisation des populations si les attentes de celles-ci sont trop fortes au regard des retombées concrètes apportées par cette activité, notamment à court terme, démobilisation pouvant rejaillir sur les dynamiques de développement en cours.

● Partage des rôles et responsabilités entre acteurs touristiques et acteurs du développement

Bien séparer les rôles et les fonctions : le mélange des genres nuit à la qualité des réalisations et des relations

Les participants sont d'accord pour souligner l'importance de bien partager les rôles. Il y a fondamentalement deux types de métiers : ceux du tourisme et ceux du développement, « si tout le monde fait, on ne fait rien… ». La clarification des rôles et des responsabilités de chacun est donc un point essentiel, elle facilite la professionnalisation et la coopération des acteurs locaux, ceci pouvant être amélioré grâce à la formation des acteurs locaux.

Les participants ont soulevé le problème de certaines ONG opportunistes qui récupèrent la thématique du tourisme solidaire pour financer leur fonctionnement, sans avoir pour cela de réelles compétences en la matière. Cette dérive représente un risque pour la crédibilité de cette démarche.

Mieux informer les acteurs institutionnels

Les acteurs institutionnels, qu'ils soient du tourisme ou du développement, sont souvent encore mal informés des enjeux de ce tourisme responsable et solidaire, et sont parfois assez peu associés aux projets. Dans les deux cas, les participants témoignent de problèmes de compréhension pouvant entraîner des situations de blocage, administratif, juridique, fiscal ou financier. Ce tourisme doit se faire connaître par les acteurs institutionnels.

Se faire connaître et échanger avec le secteur conventionnel du tourisme

Le problème des relations avec le secteur conventionnel du tourisme a été évoqué pour constater qu'il existe un véritable fossé entre ce que proposent les ONG en matière de tourisme solidaire et la conscience qu'en ont les acteurs du tourisme conventionnel (notamment les tour-opérateurs). Des passerelles doivent être établies pour mieux se faire connaître et établir le cas échéant des relations de partenaires basées sur la confiance et le respect, ceci de préférence au cas par cas pour une meilleure compréhension et une plus grande efficacité.

● Partage des rôles et responsabilités entre acteurs du Sud et acteurs du Nord

Des relations encore trop déséquilibrées : importance de bien les définir, voire de les codifier

Les participants ont évoqué le déséquilibre pouvant exister entre partenaires du Nord et partenaires du Sud, créant des situations de dépendance. Pour les réduire et mettre les partenaires sur un pied d'égalité, la formation est importante.

Dans tous les cas, les relations doivent être fondées sur le respect, mais il apparaît nécessaire et important que ces relations soient également codifiées dans le cadre d'un contrat, d'une convention de partenariat définissant les règles du jeu, les rôles et attributions de chacun. Cette codification doit être établie par les deux parties et non imposée.

Les participants du Sud ont rappelé l'importance de leur responsabilité, vis-à-vis de leur territoire et de la population locale qui leur fait confiance.

Dire ce que l'on fait, faire ce que l'on dit

Les partenaires du Nord ont une responsabilité vis-à-vis de l'information et de la préparation des voyageurs, mais cette responsabilité doit être relayée par les partenaires du Sud qui doivent aussi bien expliquer ce qu'ils font, en affirmant leur identité, à travers des messages clairs.

La notion de transparence dans les relations entre partenaires du Nord et partenaires du Sud est importante, elle est gage de durabilité.

Le tourisme responsable, enjeux éthiques et maîtrise des effets

De quelle façon le tourisme responsable s'assure-t-il de la qualité de sa différence ?

Sous-thèmes abordés

- ➤ Éthique de la relation entre la population locale et le voyageur
- ➤ Garantir sa différence

● Éthique de la relation entre la population locale et le voyageur

La quantité nuit à la qualité : importance de l'accompagnement, intérêt des chartes et codes de bonne conduite

La rencontre et l'échange qui sont à la base du tourisme responsable et solidaire ne peuvent se concevoir qu'au travers de petits groupes de voyageurs, dans le cadre de séjours et de circuits qui privilégient le contact direct et la durée des étapes. Tout le monde doit être à l'aise dans ces échanges, ce qui implique le respect, l'écoute, du temps.

La brièveté des circuits et des étapes est un facteur de frustration, à la fois pour les voyageurs et les populations d'accueil ; il faut pouvoir prendre ceci en compte dans l'organisation des voyages, il faut aussi chercher à aller au-delà des apparences et des premières impressions, pour s'approcher de la réalité des choses…

Les participants ont souligné le rôle important de « médiateurs » joué par les guides et accompagnateurs dans cette relation. Il doit s'agir de très bons professionnels qui connaissent bien les enjeux de ce tourisme responsable et solidaire. Leur formation est indispensable, et passe par une bonne connaissance du territoire et une proximité avec la population locale.

Les chartes et codes de bonne conduite sont de bons outils pour garantir l'éthique de cet échange. Ils doivent permettre aux populations d'accueil de dire « non ! » à des demandes qu'elles jugent déplacées ou contraires à leurs valeurs.

Cette éthique de la relation doit être partagée et recherchée par le tourisme conventionnel

Les participants ont souligné l'importance que ce souci éthique dans l'échange, basé principalement sur le respect, soit partagé par les acteurs du tourisme conventionnel dont certains interviennent sur les mêmes territoires. À ce niveau également, le besoin de créer une relation avec ces acteurs s'est manifesté, avec la volonté de les associer dans le cadre d'un prochain forum.

● Garantir sa différence

Pour garantir sa différence, il faut d'abord la marquer dans ses actes. Les participants soulignent à ce niveau l'importance – toujours – de la transparence : transparence dans la gestion des activités et des relations, mais aussi transparence dans les résultats, vis-à-vis des populations d'accueil et des voyageurs. En effet, ceux-ci doivent pouvoir constater et témoigner de la différence entre le tourisme responsable et solidaire et le tourisme conventionnel, les impacts en matière de développement devant aussi être montrables et visibles.

Concernant les problèmes de labellisation et de certification, les participants ayant un peu d'expérience en ce domaine soulignent que les labels internationaux ne profitent qu'aux grosses structures, mais pas aux projets de plus petite taille comme ceux du tourisme responsable et solidaire.

Si un label est un bon moyen de communication, notamment vers les médias et les bailleurs, il apparaît qu'il y a déjà trop de labels, ce qui nuit à leur lisibilité. De plus, le problème du coût d'une démarche de labellisation est posé pour de petites structures : cela est cher en termes de cotisation ou d'adhésion.

Est-il trop tôt pour établir un label « tourisme responsable et solidaire » ? Selon les participants s'étant penchés sur la question, il reste du travail à faire localement et avec les touristes car il y a des situations encore trop disparates pour qu'on les mette sous un même label. Une proposition intermédiaire a été faite par certains d'élaborer un système de reconnaissance échelonné de 1 à 10 sur des points tels que environnement, préservation sociale, écologie, etc. Compte tenu de la disparité des produits proposés, il faut coller à la réalité du terrain. Aussi semble-t-il plus judicieux de labelliser (ou certifier) une démarche de tourisme responsable et solidaire plutôt que des produits touristiques en tant que tel.

Conclusions

Le temps dévolu aux ateliers a été trop court pour que soient abordés en profondeur les thématiques proposées et leurs sous-thèmes.

Cependant, la diversité des participants venant de tous les horizons culturels et géographiques, la qualité des échanges, la redondance des remarques et contributions d'un groupe à l'autre permettent d'approcher une réalité commune du tourisme responsable et solidaire et des conditions de sa mise en œuvre, basée sur le vécu et l'expérience des acteurs.

Cet essai de définition du tourisme responsable et solidaire peut servir de base pour l'élaboration d'un Cahier des charges minimum, prélude à des processus de certification, voire de labellisation de la démarche. En référence à l'intitulé du FITS 2003, il restera à analyser plus en détail les éléments de durabilité que les démarches de tourisme responsable et solidaire portent ou pourraient porter, et que le forum n'a pu aborder. On citera les conciliations global-local, court terme-long terme, responsabilité individuelle-responsabilité collective, la compréhension systémique des événements et des actions, les partenariats avec les forces motrices publiques et privées des territoires, la gouvernance, la place de l'éthique et les pratiques de la démocratie participative.

PRINCIPALES PROPOSITIONS ET CONCLUSIONS DU FITS 2003

➤ Principales considérations

Le tourisme solidaire responsable est un mouvement social qui cherche à maîtriser l'économie touristique au profit des communautés d'accueil. Il s'inscrit dans une démarche de développement local construite à partir des ressources humaines, sociétales, culturelles, économiques et environnementales des communautés d'accueil.

La démarche du tourisme solidaire engage la responsabilité de l'ensemble des acteurs : la population accueillante, la représentation sociale, les partenaires, les voyageurs. Cette responsabilité se fonde en premier lieu sur le respect des valeurs et coutumes des habitants. Elle vise prioritairement à une redistribution équitable des revenus de l'activité.

La démarche du tourisme solidaire responsable requiert certaines conditions :

- implication et participation volontaire des populations d'accueil permettant maîtrise et durabilité de la démarche ;
- capacité à engager des partenariats avec des partenaires sensibles aux démarches et valeurs proposées ;
- information et sensibilisation des voyageurs aux principes de la démarche et aux valeurs culturelles des communautés d'accueil.

Pour y parvenir, il faut des capacités d'animation, des outils de formation, des dispositifs d'accompagnement technique, des outils de mise en réseau, des actions de promotion ciblée, des procédures et des systèmes d'évaluation, un cadre institutionnel adapté et des moyens financiers adéquats.

➤ Principales propositions

1. Se constituer en réseau international.
2. Continuer à identifier les membres du réseau par région, par pays, par continent.
3. Valoriser les acquis du FITS :
   - annuaire des participants ;
   - fiches résumées de projets ;
   - CD-rom interactif ;
   - actes (document papier) ;
   - documentaire canadien ;
   - trombinoscope ;
   - site avec un espace Forum thématique.
4. Accentuer le travail d'information et de sensibilisation (lobbying) vers les ambassades, les agences des Nations Unies et les organisations régionales.
5. Envisager la préparation d'un deuxième FITS :
   - mettre en place un comité technique constitué de trois représentants par continent ;
   - réaliser le deuxième FITS dans un pays émergent ;
   - proposer une alternance des FITS (pays du Nord / pays émergents) ;
   - effectuer le choix du pays hôte sur la base d'un dossier de candidature.

Position des agences de développement sur le tourisme durable dans la coopération

FITS 2003 - Aix-en-Provence

➤ par Sylvie Blangy, coordinatrice de la rencontre

Cette réunion a été organisée à l'initiative du ministère français des Affaires étrangères[37] le 27 septembre 2003. Elle a réuni six agences de développement (AECI/Espagne, DGCID-MAE/France, EZA/Autriche, GTZ/Allemagne, DGCS-MAE/Italie, SNV/Pays-Bas, FFEM/France), un représentant des bailleurs de fonds nord-américains (GWU) et quatre agences des Nations Unies (Pnue, OMT, Cnuced, Unesco).

● Ses principaux résultats

Les ADC[38] souhaitent agir en collaboration dans le domaine du tourisme responsable et durable au niveau géographique et thématique. Elles souhaitent partager leurs expériences, poursuivre la communication entre elles, faire circuler l'information et les enseignements acquis par les acteurs de terrain, soutenir conjointement des projets pilotes et démonstratifs, produire en commun des manuels de bonne pratique, des outils d'accompagnement et une méthodologie d'approche partagée par tous.

Les actions proposées sont les suivantes :

➤ création d'un Comité des donateurs et ADC et de commissions de travail par régions géographiques et par thématiques ;

➤ développement de partenariat entre agences et de programmes de coopération entre ADC dans certains pays clés ;

➤ organisation conjointe ou contribution à des événements d'appui à la commercialisation qui ont pour but de faciliter l'accès au marché européen des petits producteurs et de créer des partenariats avec des tour-opérateurs dans les pays d'accueil ;

➤ plates-formes de discussion et mise en commun de l'information sous la forme de banques de données de projets et de publications ;

➤ identification, sélection, accompagnement et mise en réseau de bonnes pratiques, qui pourront servir de laboratoires pour le test des outils méthodologiques ;

[37] Gilles Béville, Bureau des Affaires économiques - DGCID.
[38] Agences de développement et de coopération.

➤ élaboration de lignes directrices et critères d'éligibilité communs pour guider l'investissement des ADC dans ce domaine.

● Le Comité des donateurs

Il sera créé avec le soutien de l'OMT et pourra suivre le modèle du Comité pour le développement des PME (www.sedonors.org).

Quatre commissions de travail seront créées et animées par chacune des ADC. Les plus urgentes sont les commissions « marketing » et « mise en réseau de bonnes pratiques ». […]

● Collaboration par « pays » et par thématiques

Des collaborations par pays et entre agences sont en cours d'exploration.

➤ **Le Cameroun.** La GTZ et le SCAC[39] Yaoundé explorent les possibilités de collaborer autour de la stratégie d'écotourisme nationale au Cameroun, et la France envisage de soutenir des projets pilotes de tourisme villageois.

➤ **L'Afrique du Sud.** Un FSP « pays » (fonds de solidarité prioritaire) vient d'être soumis par le SCAC Pretoria au ministère français des Affaires étrangères. Il consiste à accompagner le développement du tourisme communautaire dans les sites du patrimoine mondial et à préserver l'art rupestre. La GTZ et d'autres bailleurs sont prêts à se joindre à ce projet et prendre en charge certains volets liés à la formation ou au marketing.

➤ **Coopération décentralisée.** La France et l'Italie envisagent de joindre leurs efforts pour développer la coopération décentralisée dans des pays comme le Sénégal.

➤ **Formation et sensibilisation** des décideurs locaux, des personnes en poste dans les agences locales et des porteurs de projet. Le manuel du Pnue, qui encourage l'intégration de la durabilité dans les politiques nationales de tourisme, pourra servir de guide d'aide à la décision. D'autres événements peuvent être organisés conjointement avec la Cnuced.

➤ **Des thématiques** comme les jeunes ou la certification/labellisation peuvent devenir des thèmes privilégiés de collaboration.

● Partage d'information et base de données

Une édition réactualisée du CD-rom réalisé par la SNV et envoyé à toutes les ADC de Hanovre est proposée. Elle rassemblera tous les nouveaux documents stratégiques, manuels et brochures ou rapports d'évaluation produits par les ADC.

Une plate-forme de collaboration par Internet est mise à disposition par la Cnuced, accessible à tous les participants de la réunion d'Aix-en-Provence (www.tourism.unctad.org).

GWU[40] propose d'ouvrir la banque de donnée Dante (Development Assistance Network for Tourism Enhancements) à toutes les ADC, de l'actualiser et de l'enrichir avec de nouveaux projets et de nouvelles publications.

Les organisateurs du Forum de Marseille (Unat et Gret) mettront en ligne les fiches descriptives de projets de tourisme équitable soumises pour présentation. […]

● Définir une stratégie commune de promotion et de commercialisation

➤ En établissant des règles de participation aux foires traditionnelles comme Fitur, WTM, ITB, SMT qui souhaitent également développer cette thématique et créer des lieux spécialisés pour accueillir les petits producteurs du Sud en tourisme équitable.

➤ En soutenant les foires comme celle du Reise Pavillon à Hanovre (Allemagne) et d'autres qui commencent à devenir des lieux de commercialisation intéressants (foires bio et environnementales, comme la foire Marjolaine à Paris, en France).

➤ En dupliquant la foire allemande du Reise Pavillon en France et en Italie et dans d'autres pays d'Europe dans le cadre d'un réseau.

➤ En développant d'autres outils de promotion et de commercialisation comme le « e-marketing », les tours de familiarisation, les voyages éducatifs, les partenariats entre tour-opérateurs et associations de prestataires sur une destination.

---

39 Service de coopération et d'action culturelle.

40 George Washington University.

➤ En mettant en commun les expériences acquises en étude de marché, montage de produits, et en les formalisant dans un manuel de bonnes pratiques.

● Identification, évaluation, promotion et accompagnement des meilleures pratiques, partage des enseignements

➤ **Identification et sélection.** Dans le cadre du FSP mobilisateur « Tourisme équitable et responsable »[41], la France sollicite ses collègues et leur offre de mettre en commun les bonnes pratiques, les leçons apprises, et de les traduire en outils méthodologiques.

➤ **Un manuel de bonnes pratiques** peut rassembler les résultats de ces investigations communes sur le modèle de ceux publiés par SNV[42] ou GTZ ou DFID[43] sur le tourisme communautaire et le tourisme comme outil de réduction de la pauvreté. Ces bonnes pratiques se conformeront aux lignes directrices rédigées par les ADC du Comité des donateurs.

➤ **Projets pilotes et outils méthodologiques.** Certains de ces projets peuvent être cofinancés dans le cadre des coopérations par pays et servir de laboratoires pour tester les outils méthodologiques. Les sites du Patrimoine mondial labellisé par l'Unesco forment un réseau privilégié pour accompagner ces projets pilotes.

➤ **Lignes directrices et principes directeurs** dans le financement des projets de tourisme durable et responsable. C'est l'objectif des réunions organisées sur le continent nord-américain depuis 1999. Le Pnue peut apporter une aide technique pour la publication. SNV peut mettre à disposition son savoir-faire en la matière.

---

41 Fonds de solidarité prioritaire mis en place par le ministère français des Affaires étrangères fin 2004.

42 Organisation néerlandaise de développement.

43 Department for International Development (Royaume-Uni).

PRINCIPALES RÉSOLUTIONS DES AGENCES DE DÉVELOPPEMENT AU FITS 2003

- ➤ Volonté de coopérer ensemble sur la thématique du tourisme solidaire responsable.
- ➤ Décision de monter des partenariats concrets sur des projets pilotes concernant certaines régions (par exemple : partenariat MAE/GTZ au Cameroun et en Afrique du Sud).
- ➤ Proposition de développer des actions conjointes de formation des décideurs (instances politiques) des pays demandeurs (par exemple : programme concerté Cnuced/autres agences).
- ➤ Proposition de constitution d'une plate-forme permanente d'échanges et de concertation entre les agences dont l'OMT serait un partenaire clé.
- ➤ Perspectives de collaboration entre les Nations Unies et les agences bilatérales (par exemple, le Pnue pour la dimension environnementale des projets touristiques et l'Unesco pour la valorisation de la dimension culturelle dans les projets touristiques).

Tourisme responsable et solidaire pour les pays en développement

Le rôle des pouvoirs publics

➤ par Gilles Béville, Bureau des actions économiques, ministère des Affaires étrangères - DGCID

Compte tenu, d'une part, de l'extension continue du phénomène touristique au niveau mondial et de son attrait pour bon nombre de pays pauvres, et, d'autre part, de la nécessaire régulation du tourisme afin de maîtriser son évolution vers des formes plus durables pour les pays en développement, il apparaît fondamental de mettre en place des politiques publiques coordonnées entre le Nord et le Sud.

Les pouvoirs publics ont un rôle central à jouer afin d'encadrer ces activités touristiques, de préparer les populations et de conduire une réflexion permettant d'optimiser les recettes et les retombées pour le pays et notamment de faire le choix d'accueillir les formes de tourisme les mieux adaptées à leur environnement. Les orientations politiques prises doivent notamment concerner l'amélioration des compétences des acteurs du processus de développement touristique, l'amélioration des conditions de transport entre visiteurs et visités, la définition de chartes de qualité et de systèmes de classification, la promotion des destinations, etc.

Les enjeux pour la France

Pourquoi la France doit-elle s'engager sur la problématique « réduction de la pauvreté et tourisme responsable » ? En tant que premier pays récepteur au monde, la France possède un savoir-faire sur tous les différents volets du tourisme, la définition de politiques, les aménagements, les infrastructures, etc., mais également en matière de tourisme rural, de tourisme social et de tourisme solidaire. Des engagements politiques ont déjà été énoncés, tels une initiative de type II sur le tourisme solidaire à l'issue du Sommet mondial du développement durable de Johannesburg, l'inscription de cette thématique dans la stratégie gouvernementale à l'international en faveur du développement durable, une communication sur le tourisme alternatif en conseil des ministres, le soutien à des initiatives internationales comme celle de l'OMT (fondation ST-EP[44]).

[44] Sustainable Development for Eliminating Poverty.

Au niveau international, un courant réunissant des agences de coopération bilatérales et des organismes des Nations Unies s'organise sur cette thématique avec un engagement de plus en plus marqué des différents partenaires ; la France participe déjà à cette dynamique et se doit de renforcer sa présence.

Par ailleurs, des demandes de plus en plus nombreuses émanent de pays émergents et en développement et des actions sont mises en œuvre par les services français de coopération dans quelques pays pour soutenir ces démarches : projets en cours ou en instruction, appui à des actions de sensibilisation et de mise en réseau des acteurs.

La nécessité d'accompagner des politiques publiques permettant d'encadrer et de maîtriser le développement du secteur légitime l'intervention des pouvoirs publics français.

Enfin, des actions structurantes et de coordination sont menées depuis plusieurs années par le ministère français des Affaires étrangères (au sein de son bureau DCT/EAP)[45] en particulier :

- soutien à des projets pilotes portés par des ONG au Burkina Faso, au Mali et à Djibouti ;
- réalisation d'études de capitalisation (« Caractériser le tourisme responsable »[46]), étude de clientèle en cours avec l'Unat ;
- appui financier et participation à des manifestations de sensibilisation à la thématique (FITS 2003 à Marseille et séminaires en Amérique du Sud et centrale) ;
- instruction d'un projet mobilisateur centré sur l'identification des bonnes pratiques en matière de tourisme, la réalisation d'outils méthodologiques pour appuyer les porteurs de projets, ainsi que le soutien à des expérimentations probantes et la mise en marché des produits ;
- suivi de projets en cours et en instruction (au Sénégal, à Madagascar, en République sud-africaine et dans les pays de l'East African Community) ;
- initiation d'un partenariat étroit avec la direction du tourisme du ministère délégué au Tourisme ;
- implication forte dans la mise en place d'une coopération internationale sur le sujet.

Une nécessaire intervention des pouvoirs publics

Le tourisme intégré, maîtrisé, diffus, non massif, représente bien aujourd'hui une opportunité de développement pour les pays pauvres, dont les avantages comparatifs, dans cette course au développement, ne sont bien souvent constitués que de leurs patrimoines culturels et naturels.

Le développement de ce secteur d'activités, dans les conditions précédemment énoncées, doit amener une meilleure prise en compte des notions de territoire, de développement local qui sont à la base d'une implication participative des populations dans les différents processus de leur propre développement.

Mais si l'effet d'entraînement du tourisme sur les autres secteurs d'activités, ainsi que le besoin limité d'investissements nécessité par le choix de formes « douces » de tourisme, sont des points très positifs en faveur d'un engagement fort sur cette thématique, il ne faut pas perdre de vue que ce développement est tributaire, du fait de l'orientation dominante des flux de clientèle du Nord vers le Sud, de l'image du pays réceptif dans les réservoirs de clientèle. Cette image est elle-même fonction des conditions politiques locales. Cela renforce d'autant plus la nécessité de l'intervention des pouvoirs publics dont la tâche d'amélioration des pratiques de gouvernance reste immense.

[45] Direction du Développement et de la Coopération technique, sous-direction du Développement économique et de l'Environnement, Bureau de l'Action économique et de la Promotion des investissements.

[46] Cf. bibliographie page 113.

L'organisation mondiale du tourisme et la réduction de la pauvreté[47]

➤ par Francesco Frangialli,
secrétaire général de l'Organisation mondiale du tourisme

Extraits du discours prononcé à Marseille en septembre 2003 lors de la Conférence inaugurale du Forum international « Tourisme solidaire et développement durable »

La réduction de la pauvreté est devenue l'un des enjeux les plus pressants de notre temps. La pauvreté ne s'analyse pas simplement comme une insuffisance de revenus ; il s'agit d'un phénomène complexe, multidimensionnel, étroitement lié à des facteurs comme le chômage, la maladie, l'analphabétisme, la mortalité infantile et la dégradation de l'environnement, parmi beaucoup d'autres. Les Nations Unies, les institutions de Bretton Woods et l'OCDE se sont fixé des objectifs précis pour réduire la pauvreté.

Avec la « Déclaration du millénaire », elles ont chiffré et daté leurs engagements. Elles ont demandé aux gouvernements et aux agences de la famille des Nations Unies de conjuguer leurs efforts pour atteindre ces objectifs. Il s'avère malheureusement, comme l'administrateur du Pnud l'a récemment souligné en présentant le Rapport sur le développement humain, que nous accusons déjà du retard et que nous manquerons vraisemblablement notre cible. Peut-être est-ce donc le moment de réfléchir aux opportunités que nous n'avons pas su saisir et aux instruments que nous avons laissés de côté ? L'une de ces opportunités, l'un de ces instruments est le tourisme.

Jusqu'à ce jour, le tourisme n'a pas occupé une place significative dans les stratégies de réduction de la pauvreté élaborées par les organismes d'aide au développement, si tant est qu'il y ait jamais figuré. C'est oublier qu'il représente l'activité économique la plus importante et, sans doute, la plus diversifiée et la plus créatrice de toutes.

L'essor considérable et continu du tourisme au cours des cinquante dernières années constitue l'un des phénomènes économiques, sociaux et culturels les plus remarquables de notre époque. […] Le nombre d'arrivées de touristes internationaux a progressé de 25 millions en 1950, à 703 millions en 2002. Cette progression équivaut à un taux de croissance annuel moyen de 7 % sur une période de 50 ans.

Les recettes générées par ces arrivées – à l'exclusion des ventes de billets d'avion et compte

47 Le titre n'est pas de l'auteur (NDLR).

non tenu des recettes du tourisme interne – ont atteint 473 milliards de dollars en 2002, ce qui fait d'elles l'un des premiers postes du commerce international. Selon les années, elles représentent autant ou davantage que les exportations de pétrole et de produits pétroliers, ou celles encore d'automobiles et de matériels de transport.

Quels bénéfices les pays en développement, et en particulier les pays les moins avancés, les PMA, retirent-ils du tourisme ?

Un premier élément de réponse peut être apporté. Partout dans ces pays, le tourisme s'analyse comme une activité à forte intensité de main-d'œuvre, qui ouvre des débouchés croissants aux entreprises qui le composent ou qui lui fournissent leurs produits et leurs services. Les retombées sont particulièrement fortes pour l'agriculture et la pêche locales, l'artisanat ou encore l'industrie du bâtiment. Le tourisme y représente un terreau privilégié pour l'initiative privée, l'épanouissement de l'économie de marché, et la création d'emplois.

De même, on observe d'un pays à l'autre la contribution essentielle que les recettes en devises générées par le tourisme apportent à la balance des paiements, réduisant la dette extérieure et évitant la dépendance vis-à-vis d'un seul secteur exportateur, habituellement une matière première peu valorisée et au cours fluctuant. L'initiative sur le coton présentée récemment à Cancun par quatre pays de l'Afrique de l'Ouest a souligné le caractère dramatique de ce type de vulnérabilité.

À peu d'exceptions près, les PMA disposent d'un potentiel remarquable en matière touristique. La question centrale est de savoir exploiter efficacement ce potentiel pour lutter contre la pauvreté. Les premiers signes permettent de répondre que cela est possible.

Au cours de la dernière décennie, le rythme de croissance annuelle du nombre d'arrivées de touristes dans les pays en développement a été supérieur à la moyenne mondiale.

En dix ans, le nombre d'arrivées de touristes internationaux qu'ils ont reçues a doublé pour avoisiner les 300 millions. Ils ont également connu dans les années 1990 une progression marquée des recettes qu'ils tirent du tourisme international, qui démontre l'existence d'un avantage compétitif en leur faveur. Les économies en développement et en transition dégagent un fort excédent de leurs balances touristiques cumulées par rapport aux pays de la zone OCDE, et il y a peu de compartiments du secteur tertiaire dans ce cas.

En particulier, les recettes des pays les moins avancés ont plus que doublé entre 1992 et 1999. Le tourisme est devenu la principale source de devises des 49 PMA, si l'on excepte l'industrie pétrolière qui se concentre essentiellement dans trois d'entre eux. Toutes activités confondues, le tourisme compte pour plus du sixième de leurs exportations non pétrolières, dépassant très largement les recettes de leurs deuxième et troisième secteurs exportateurs (coton brut et textiles) ; il est devenu la ou l'une des principales composantes du PIB de ces pays. Un pays comme les Maldives s'extrait aujourd'hui de la liste des pays les plus pauvres, et c'est grâce au tourisme qu'il y parvient.

Malheureusement, l'exploitation du potentiel touristique dans nombre de PMA apparaît encore très réduite, et ceci du fait de l'existence de divers facteurs limitatifs : manque d'infrastructures et de systèmes de communication, ou encore lacunes dans l'organisation des services publics, la maîtrise des nouvelles technologies de l'information et la qualité des ressources humaines. De même, l'insuffisante diversification de certaines économies, notamment insulaires, et la faible prise en compte des spécificités du développement touristique accroissent les « fuites » sous forme de rapatriements de bénéfices ou d'importations induites, et ne permettent pas à l'effet multiplicateur de la dépense touristique de jouer à plein.

Ces données, à la fois révélatrices et contradictoires, illustrent la place importante que le tourisme occupe déjà dans les pays de grande pauvreté, mais soulignent aussi les progrès qui restent à accomplir. Compte tenu de la rapidité à laquelle prospère l'industrie touristique dans le monde, et du potentiel qui est celui des pays en développement en général, et des PMA en particulier, tout permet de penser qu'il est possible d'améliorer fortement les résultats actuellement obtenus. C'est ce que la Conférence de Bruxelles sur les pays les moins avancés, tenue en décembre 2000, avait confirmé.

Cependant, une telle ambition n'a de sens que si l'expansion du tourisme s'inscrit dans une logique de développement équilibré, responsable et durable. C'est le constat que nous avons formulé à Johannesburg en 2002 en faisant figurer le tourisme dans l'agenda et dans le paragraphe 43 du Plan d'action adopté par le Sommet.

Faute d'être convenablement orientée et maîtrisée, la croissance inévitable du nombre de visiteurs ne peut en effet qu'accentuer encore les traits déplaisants qui sont ceux du tourisme d'aujourd'hui et que le Code mondial d'éthique du tourisme, adopté par l'OMT en 1999, avait dénoncés : pression insupportable sur les espaces les plus fragiles, atteintes portées à la biodiversité, besoins en eau et en énergie entrant en concurrence avec ceux des populations résidentes, congestion affectant les sites culturels et monuments les plus fréquentés, traditions locales menacées, exploitation des travailleurs déracinés de leurs villages, tourisme sexuel organisé pouvant impliquer des enfants…

On ne saurait tout justifier au nom de la libéralisation, par ailleurs éminemment souhaitable, des échanges touristiques et de la mise en valeur de nouvelles destinations !

Il y a peu de temps, à Cancun, l'OMT a présenté une contribution liant libéralisation des échanges de services touristiques – car le tourisme est par essence un secteur de liberté – et développement solidaire.

Notre démarche n'a eu qu'un écho limité tant étaient aiguisés les intérêts particuliers et vives les suspicions. Il est quelque peu déroutant de mesurer le temps et l'énergie consacrés aux négociations agricoles, que la Conférence n'a pas su débloquer, et le manque d'attention porté jusqu'à ce jour aux échanges touristiques, pourtant en principe couverts par l'Accord général sur le commerce des services de 1994. C'est oublier que, dans le commerce mondial, les recettes touristiques représentent davantage que les exportations de produits agricoles destinés à l'alimentation.

Le caractère massif des échanges touristiques, leur progression constante et leur impact qui peut être dévastateur sur des sociétés fragiles, conduisent à raisonner en termes de durabilité. Notre conviction est que le développement durable représente l'horizon du tourisme mondial – non comme une entrave à sa croissance, mais, au contraire, comme la garantie de son succès dans la durée.

En particulier, l'écotourisme, le tourisme sportif et de nature, de même que le tourisme culturel permettent de répondre à la soif inextinguible de découverte et de déplacement des hommes sans que les limites de l'insupportable et de l'irrémédiable ne soient franchies. 2002 a été déclarée l'année internationale de l'écotourisme par les Nations Unies.

Activité peu polluante, le tourisme, dès lors qu'il est intelligemment développé et respecte la capacité de charge des sites, apparaît, à niveau égal de création de valeur ajoutée, bien moins destructeur pour le milieu naturel et humain que d'autres activités concurrentes. Par sa nature même, il fait le lien entre création de richesses, développement des échanges commerciaux internationaux, réduction des écarts de niveau de vie, et souci de l'environnement des sites où il se déploie.

Depuis Johannesburg, […] l'OMT a renforcé ses liens avec les institutions financières susceptibles d'utiliser l'arme du tourisme dans la lutte contre la pauvreté et en faveur du développement durable, et ceci afin d'amplifier l'action traditionnelle qui est la sienne en qualité d'agence d'exécution du Pnud. Un accord existe déjà à cette fin entre l'OMT et la Banque mondiale. Nous coopérons avec l'Union européenne qui finance nos interventions dans la lutte contre le tourisme sexuel et l'exploitation des enfants dans l'industrie touristique des pays en développement. Un autre accord est en préparation avec la Banque interaméricaine de développement.

Même si l'OMT n'est pas elle-même une institution financière, elle s'efforce de donner le bon exemple. Nous avons entrepris de mettre en œuvre un programme spécial en faveur de l'Afrique subsaharienne où se situe la grande majorité des pays les moins avancés. Il n'est pas acceptable que l'Afrique, compte tenu du potentiel qui est le sien, ne reçoive que 3 % des arrivées de touristes internationaux et 2 % des recettes, et que la moitié de ces 3 % et de ces 2 % soit captée par seulement trois pays du continent.

Mais l'initiative majeure est à venir. Dans le droit fil de la Conférence de Bruxelles sur les pays moins avancés et du Sommet de Johannesburg sur le développement durable, l'OMT a signé en 2002 un accord avec une autre institution des Nations Unies, la Cnuced, pour mettre en œuvre l'initiative ST-EP (Sustainable Development for Eliminating Poverty). La stratégie de ST-EP est de favoriser recherche universitaire et mise au point de projets pilotes basés sur l'expérience déjà acquise dans les pays les plus défavorisés. […]

La transformation en cours de l'Organisation mondiale du tourisme en institution spécialisée des Nations Unies […] signalera que la communauté internationale entend reconnaître le tourisme comme l'une des grandes activités de notre collectivité humaine : l'agriculture, l'industrie, l'éducation et la culture, le transport, la santé… Elle sera aussi l'occasion pour l'OMT de réaffirmer une des missions essentielles inscrites dans nos statuts : porter une attention particulière à la contribution du tourisme à l'économie des pays en développement. […]

Exemples d'expériences de tourisme solidaire sur le continent africain et au Moyen-Orient

Les études de cas qui suivent ont été choisies parmi toutes celles qui ont été présentées au FITS 2003. Compte tenu du public principalement visé par les documents Agridoc, nous avons retenu quelques-unes des expériences de tourisme solidaire et responsable en Afrique et au Moyen-Orient, c'est-à-dire concernant les pays du lectorat potentiel de cet ouvrage. Les expériences de tourisme solidaire sur le continent africain sont peu nombreuses. Les sept études de cas que nous présentons ici sont assez variées dans leurs origines, leurs approches et leurs résultats. Elles sont en cela très complémentaires.

Afrique de l'Ouest

- Burkina Faso : expérience pilote des villages d'accueil.
- Mali : projet de développement local et touristique de la zone de Mandé, région de Koulikoro.
- Mauritanie : tourisme solidaire et développement durable pour les coopératives de femmes et les tribus nomades de l'Adrar.
- Sénégal : projet de développement touristique de la région de Tambacounda.

Afrique de l'Est

- Djibouti : association Djibouti espace nomade. Un exemple : le campement de Dittilou et l'agence Caravane de sel.

Moyen-Orient

- Liban : projet Al Jord.

Maghreb

- Maroc : tourisme rural en montagnes berbères du Sud.

Burkina Faso

L'expérience pilote des Villages d'accueil TDS

➤ Pierre Martin-Gousset, conseiller technique, Tourisme et développement solidaires (TDS)

Le contexte et l'historique

● Environnement géographique

Pour être représentatif de la diversité culturelle et ethnique de ce pays, le projet Villages d'accueil TDS a pour cadre des communautés villageoises réparties en différents points du Burkina Faso.

Le choix des communautés villageoises se fait en fonction de leur taille (au moins 2 à 3 000 habitants), de leur cohésion sociale, de la qualité de leur dynamique de développement, de la vitalité des traditions culturelles et d'un certain nombre de critères techniques (accessibilité, ressources en eau de qualité, présence d'équipements sociaux [écoles, dispensaires, etc.], locuteurs francophones en nombre significatif, etc.). Ce choix se porte donc sur des communautés qui ne sont pas forcément les plus défavorisées mais qui font preuve d'un dynamisme et d'une volonté d'ouverture sur l'extérieur.

● Historique du projet, de l'idée à sa réalisation

Au démarrage, le projet est une initiative portée par un couple d'anciens agents de développement ayant travaillé dans les domaines du développement local en Afrique de l'Ouest et en France ainsi que dans le tourisme rural et associatif.

Ce couple a réuni au sein d'une association un noyau fondateur, constitué de personnes-ressources en développement local et en tourisme rural et associatif, qui s'est peu à peu élargi avec l'apport d'anciens voyageurs et d'autres personnes-ressources partageant les mêmes visions d'un tourisme solidaire au service du développement.

Le projet touristique

● Les objectifs de départ

L'idée du projet est fondée en premier lieu sur la conviction que le développement des communautés du Sud passe par une ouverture sur l'extérieur et l'apport de nouvelles activités génératrices d'emplois et de revenus, soutenus par un cadre d'échanges plus équitables et solidaires.

En second lieu, elle est fondée sur l'hypothèse que le tourisme, activité fondée sur l'échange, la découverte, le sens de l'accueil, etc., peut être approprié sous des formes adaptées par les communautés du Sud, en s'inspirant pour cela de la philosophie et de l'esprit de l'agrotourisme et du tourisme social tels qu'ils sont développés avec succès en France.

Le projet Villages d'accueil TDS est en premier lieu un projet de recherche-action visant à expérimenter et perfectionner des formes d'organisation touristique, allant de la production dans les communautés villageoises à la promotion et à la commercialisation sur les marchés du Nord, répondant à cet objectif d'un développement durable et solidaire.

Une première étape (1988-2000) a consisté à expérimenter le concept de Village d'accueil TDS avec deux communautés villageoises, puis d'étendre cette expérimentation à d'autres villages (2001-2002) dans l'objectif de constituer un premier réseau national de Villages d'accueil TDS au Burkina Faso, visant l'autonomie progressive (2002-2004).

Une seconde étape consistera à créer de nouveaux réseaux de Villages d'accueil TDS dans d'autres pays du Sud (au Bénin en 2004). Parallèlement, le projet a cherché à promouvoir cette

nouvelle forme de tourisme solidaire et équitable en France, tant auprès des institutions que du grand public et des réseaux de l'économie sociale et solidaire (comités d'entreprises, associations, collectivités locales, etc.).

● Les porteurs actuels de l'activité touristique sur le terrain

Au Burkina Faso, le projet Villages d'accueil^{TDS} est porté dans chaque communauté villageoise par un conseil villageois de gestion des terroirs – CVGT (organisation préfigurant les communes rurales) – qui est le maître d'ouvrage du projet et, à ce titre, propriétaire des équipements et responsable de l'affectation des revenus touristiques pour le financement de projets de développement. La gérance du campement touristique et des séjours est confiée par ce CVGT à un conseil de gestion, constitué d'une dizaine de conseillers représentatifs du village, qui recrute et supervise une équipe de jeunes villageois(es) chargé(e)s de la gestion des séjours touristiques et rend compte au CVGT.

● Les activités touristiques proposées

Les Villages d'accueil^{TDS} proposent en saison sèche, de novembre à mars (hors période de travaux agricoles), des séjours « découverte » d'une semaine environ, permettant à de petits groupes d'une douzaine de voyageurs d'approcher la vie quotidienne de la communauté en partageant avec elle un programme varié d'activités : visites, rencontres et échanges, excursions à pied, à vélo ou en voiture, initiation aux savoir-faire locaux, veillées, etc. L'hébergement se fait dans une concession traditionnelle construite par le village, les repas intègrent des recettes locales, l'accueil et l'animation sont assurés par les jeunes du village encadrés par le conseil de gestion villageois.

Ces séjours peuvent être complétés par des excursions touristiques de quatre jours sur certains sites touristiques du pays (réserves animalières, parcs nationaux, etc.).

Des formules week-ends et courts séjours sont également progressivement expérimentées depuis 2003 à destination d'un public local (expatriés, ONG, entreprises, scolaires, etc.).

● La clientèle

Le nombre de séjours et de participants est volontairement limité pour, d'une part, ne pas perturber les activités agricoles traditionnelles (en saison des pluies) et, d'autre part, permettre la meilleure intégration possible des groupes de voyageurs dans les activités proposées par les villageois.

Le nombre de séjours organisé par chaque Village d'accueil^{TDS} est progressif, allant d'un séjour test en première année à un rythme de croisière de cinq à six séjours « découverte » par an, complétés par une dizaine de week-ends et courts séjours proposés en demi-saison. À titre indicatif, les trois Villages d'accueil^{TDS} titulaires ont organisé en 2002-2003 onze séjours totalisant 854 journées-voyageurs[48]. L'équipe d'accueil est constituée d'une vingtaine de jeunes du village appuyés par une demi-douzaine de conseillers choisis parmi les « sages » du village.

Chaque année, depuis trois ans, TDS réalise une enquête de satisfaction auprès des anciens voyageurs, ce qui lui permet de mieux suivre l'évolution du projet. La clientèle provient majoritairement de France, elle est constituée par un public très varié de couples et d'individuels actifs ou retraités, mais aussi de quelques familles avec enfants. La moyenne d'âge est de 55 ans et toutes les catégories socioprofessionnelles sont représentées. Ces voyageurs sont très motivés par la démarche du projet d'un tourisme équitable et solidaire, sans pour autant être majoritairement des militants actifs. Leurs principales motivations sont de voyager autrement, de manière plus responsable, en privilégiant les échanges et la rencontre, et en contribuant par leur présence au développement des communautés d'accueil.

Les relations avec le territoire

Le projet est basé sur l'appropriation maximale de l'activité touristique par la communauté villageoise, ses responsables et l'équipe d'accueil qui

[48] Pour mémoire, les Villages d'accueil^{TDS} du Burkina Faso ont organisé, depuis le début du projet en 1999, 32 séjours concernant près de 350 voyageurs et près de 2 200 journées-voyageurs.

doivent en maîtriser les tenants et aboutissants et en garder le contrôle et le développement.

Pour cela, le projet privilégie en premier lieu la formation des acteurs qui est étalée sur trois ans, représentant un total de 1500 journées-stagiaires. Les formations, qui touchent à tous les secteurs sensibles (gestion-comptabilité, médiation et animation culturelle, hygiène, santé des voyageurs et secourisme, cuisine, management), sont dispensées par une équipe de formateurs burkinabés formés à cet effet. En second lieu, la communauté est impliquée au travers de ses organisations sociales, culturelles et économiques qui sont invitées à participer activement à l'animation des séjours et aux rencontres avec les voyageurs.

Enfin, les bénéfices de l'activité touristique sont réinvestis par le CVGT dans des projets d'intérêts collectifs (éducation, santé, culture).

Le choix des villages est basé notamment sur l'existence d'une dynamique de développement local, attestée par la présence de relais locaux capables d'accompagner les communautés dans leurs projets de développement et le réinvestissement raisonné des bénéfices tirés de l'activité touristique ; ce peut être des ONG ou des agences de développement.

Ainsi, chaque Village d'accueil^{TDS} doit pouvoir présenter, au terme de son cycle de formation trisannuel, un programme villageois de développement qui servira de cadre de référence au CVGT, mais aussi aux anciens voyageurs et à TDS pour garantir l'utilisation rationnelle des ressources nouvelles dégagées par le tourisme et les aides solidaires des anciens voyageurs.

● Les politiques publiques sur le territoire

Le projet est suivi par les autorités nationales (Office national du tourisme burkinabé, ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme) en tant qu'action pilote en matière de tourisme en espace rural.

Cette expérience et d'autres menées par d'autres ONG au Burkina Faso conduisent actuellement le ministère de l'Artisanat, de la Culture et du Tourisme à réfléchir à l'élaboration d'un schéma de développement de l'écotourisme et du tourisme rural, qui devrait tracer pour les années à venir la politique nationale en la matière.

Les agences de coopération (en premier lieu, le ministère français des Affaires étrangères, mais également les Coopérations danoise et néerlandaise) sont également partenaires du projet et intéressées par son évolution et les perspectives possibles pour d'autres projets de ce type au Burkina Faso.

Il est indispensable que ce tourisme en espace rural, géré par des associations et des groupements de paysans, puisse recevoir un appui et un soutien des autorités et des agences de coopération. Ceci est important pour donner un cadre juridique et fiscal adapté à cette activité, qui se fait dans une logique d'économie sociale à but non lucratif.

De même, il faut pouvoir dégager des aides en termes de formation, de conseil et d'appui technique pour accompagner les projets et leurs promoteurs. Il faut également pouvoir soutenir leurs mises en réseaux au plan national, pour constituer une offre crédible et performante pouvant être associée à des prestations touristiques plus conventionnelles, par exemple dans le cadre de circuits touristiques ou d'opérations groupées à l'occasion de grandes manifestations nationales ou internationales (festivals, congrès, etc.).

Ces initiatives doivent être également relayées au niveau promotionnel, tant sur le marché intérieur qu'international.

Tout cela demande des moyens et un encadrement technique adaptés, passant également par la sensibilisation et la formation des agents administratifs chargés d'appuyer la politique touristique du pays.

Le partenariat

Le projet est basé sur un partenariat entre une ONG française, l'association Tourisme et développement solidaires, et les Villages d'accueil^{TDS} dans le cadre, d'une part, d'une charte du tourisme en Villages d'accueil^{TDS} élaborée conjointement en 2002, et d'autre part, d'un cahier des charges précisant les critères de labellisation des communautés villageoises en Villages d'accueil^{TDS}, en cours de formalisation pour fin 2003.

C'est TDS qui fournit une assistance technique aux Villages d'accueil^{TDS} pour les aider dans la maîtrise de leur activité touristique ; elle s'appuie pour cela localement au Burkina Faso sur :

➤ un bureau d'études spécialisé qu'elle a contribué à mettre sur pied avec des consultants français et burkinabés : Artodev (Agence régionale d'études et conseils en tourisme et développement) ;

➤ l'Association française des volontaires du progrès, qui met à disposition du projet un volontaire technicien en tourisme rural.

L'ONTB[49] apporte également ses conseils dans le cadre de missions périodiques d'évaluation du projet.

Concernant l'appui au développement, les Villages d'accueil^{TDS} sont insérés chacun à son niveau dans des dispositifs locaux d'appui au développement local totalement indépendants du projet, et auxquels les CVGT présentent des plans villageois de développement pluriannuels leur permettant d'accéder à des cofinancements pour leurs projets, les revenus du tourisme abondant alors leur capacité d'autofinancement.

Les résultats

● La commercialisation

Jusqu'en 2003, les Villages d'accueil^{TDS} ne menaient pas d'actions directes pour assurer la promotion de leurs séjours touristiques, hormis des voyages annuels de leurs représentants en France pour participer à des animations. En 2003, ils se sont plus directement impliqués dans la promotion des week-ends sur le marché intérieur. En dehors de ces initiatives, la promotion et la commercialisation des séjours sont assurées en quasi-totalité par leur partenaire Tourisme et développement solidaires. Pour cela, cette association s'appuie principalement sur son réseau d'anciens voyageurs, organisés en antennes régionales animées par des bénévoles, appuyés par les salariés permanents de l'association.

À court terme, les Villages d'accueil^{TDS} devront prendre progressivement leur autonomie pour se promouvoir sur le marché intérieur, en s'appuyant sur une union qui sera constituée fin 2003 et disposera d'un animateur permanent chargé de l'animation et de la promotion de ce réseau.

Les produits Villages d'accueil^{TDS} sont exclusivement commercialisés par l'association Tourisme et développement solidaires.

Actuellement, TDS (qui dispose à cet effet de l'agrément « tourisme ») assemble l'ensemble des prestations touristiques nécessaires à la constitution du forfait « voyage » : le séjour au Village d'accueil^{TDS}, l'accompagnement, les hôtels et locations, le transport aérien, les assurances, etc. Elle ajoute à l'ensemble de ces achats sa propre marge de fonctionnement (environ 15 %) pour constituer le prix de vente public. Il n'est pas prévu de remise pour les prescripteurs organisés (comités d'entreprises, etc.).

Le prix de vente des séjours en Villages d'accueil^{TDS} est fixé actuellement à 24 euros par jour et par voyageur, tout compris (pension complète, animations, visites). Le mode de calcul a été établi d'un commun accord entre TDS et les Villages d'accueil^{TDS} pour permettre de laisser une marge bénéficiaire nette de l'ordre de 20 %, une fois déduits les amortissements et charges diverses ainsi que la couverture de tous les frais, y compris les indemnités de l'équipe de personnel, très importante (environ vingt personnes pour douze voyageurs).

Une lettre de commande est passée par TDS à chaque Village d'accueil^{TDS} en début de saison sur le nombre de séjours prévus, accompagnée d'un acompte pour le premier séjour. Les paiements s'effectuent ensuite au début de chaque séjour.

● Le repérage et l'information de la clientèle

L'information et la préparation des voyageurs sont des éléments indispensables à toute démarche de tourisme solidaire qui conduit des voyageurs du Nord à être en contact étroit et prolongé avec des populations d'accueil défavorisées.

Ce critère est un élément important d'adhésion des Villages d'accueil^{TDS} à la démarche et au partenaire proposés par Tourisme et développement solidaires, qui justifie un mode de commercialisation exclusif par des circuits courts.

[49] Office national de tourisme du Burkina Faso.

Cette préparation des voyageurs est facilitée par l'adoption d'une charte du tourisme en Village d'accueil^{TDS} rédigée par les villages avec TDS et qui précise les engagements de chacun (village d'accueil, TDS et voyageur), pour réussir cette rencontre et ces voyages. Les maîtres mots de la charte sont le respect, l'écoute et le partenariat.

Le point délicat à aborder est le problème du cadeau ou du don sous-jacents à cette forme de voyage : dans la charte, ils sont interdits a priori mais tout à fait possibles a posteriori, au retour des voyageurs chez eux (une fois la relation établie avec le bénéficiaire), TDS encourageant l'action collective plutôt que le soutien individuel. Il s'agit bien de faire comprendre que ce tourisme est solidaire et non humanitaire, que la relation doit s'effectuer dans un esprit de durabilité et non d'assistanat.

Pour l'information des voyageurs, les outils utilisés sont la documentation imprimée et électronique, des réunions de préparation organisées par région avant la saison, la participation de TDS à de nombreuses manifestations locales, régionales ou nationales (forums, salons, campagnes d'opinion, etc.) permettant d'aller au-devant du public.

Les accompagnateurs burkinabés qui prennent en charge les voyageurs durant leurs séjours sont également des relais d'information ainsi que le personnel d'accueil des Villages d'accueil^{TDS}, une réunion d'information à l'arrivée étant organisée pour reformuler les principes de la charte.

Enfin, TDS participe à l'animation de réseaux nationaux de tourisme solidaire et équitable au sein de fédérations (fédération Loisirs Vacances Tourisme, Unat, Plate-forme du commerce équitable, Coordination Sud, etc.).

● Les effets constatés et attendus de l'activité touristique

Pour les Villages d'accueil^{TDS}, les effets de ce projet sont multiples :

➤ **économiques** d'abord, puisque cette activité génère des entrées monétaires très importantes dans le village et son terroir, estimées à près de 2 000 euros par séjour. Elles se répartissent en achats de produits de consommations aux commerçants et producteurs locaux, en indemnités pour le personnel, en prestations pour les artisans et, enfin, en marge bénéficiaire pour le village (environ 20 % du chiffre d'affaires) ;

➤ **sociaux**, ensuite, au travers des formations dispensées aux villageois dans des domaines pouvant être utilisés au quotidien : gestion, santé, hygiène, cuisine, animation, management, etc., mais aussi au travers de l'expérience de la gestion d'une entreprise complexe, qui est un apprentissage rigoureux de l'économie sociale et de la démocratie participative ;

➤ **culturels**, enfin, car le projet revalorise des traditions parfois en perte de vitesse, notamment auprès des jeunes. Ces traditions retrouvent une valeur aux yeux de tous grâce au regard de l'étranger : sentiment de fierté et d'utilité, la vie au village devient digne d'intérêt, on peut y faire des rencontres intéressantes, il s'y passe quelque chose, etc. Plus directement, l'animation des séjours est l'occasion pour les troupes locales de travailler en étant rémunérées.

Ces effets positifs sont d'autant plus importants que la gestion du projet est aux mains des villageois qui en sont les maîtres d'ouvrage dans son exécution sur place : ce sont eux qui sont en prise directe avec les voyageurs et qui doivent construire l'échange et la relation, dans une dimension collective et communautaire.

L'expérience est trop récente pour que l'on ait le recul nécessaire sur les effets indirects. Quelques évolutions se font sentir ou sont exprimées par les villageois, par exemple en termes de salubrité publique, avec un niveau de propreté des villages et des concessions qui s'améliore progressivement, aidé par la mise en place d'organisations spécifiques d'assainissement. La pratique du français est améliorée, la vision du monde occidental et du « Blanc » est également changée, en positif. D'année en année, le cercle des villageois échangeant avec les voyageurs s'élargit, ce qui pourrait témoigner d'une plus grande ouverture de la communauté alliée à une moindre timidité des villageois.

À Doudou, les petites-filles de la potière s'intéressent maintenant au savoir-faire de leur grand-mère, qui peut leur rapporter un petit revenu avec la vente d'objets aux voyageurs. À Koirézéna, le village a organisé en 2003 un concours pour réhabiliter la tradition des concessions décorées, délaissée depuis une vingtaine d'année : soixante-dix familles y ont participé.

● L'appui des institutions locales

Les administrations et organisations locales en inspection dans les Villages d'accueil^{TDS} sont toujours favorablement impressionnées par la capacité des villages à gérer leur projet d'accueil ; de ce fait, ces villages deviennent un peu des références sur leur territoire, ce qui ne va pas sans un sentiment de fierté pour les communautés, mais aussi sans doute de jalousie de la part des autres villages...

La meilleure organisation de ces Villages d'accueil^{TDS} leur permet d'être plus réactifs vis-à-vis des opportunités d'aides et d'appuis venant de ces institutions, encouragées à investir par le dynamisme des villages et la fréquentation dont ils bénéficient.

Le risque de cette situation est de surprivilégier ces villages au détriment du reste du terroir. Cela implique que les villageois aient conscience qu'ils doivent être d'une certaine manière exemplaires dans la gestion de leurs projets de développement.

Les voies de progrès possibles

En tant que démarche de recherche-action, le projet bénéficie d'un large éventail d'outils d'accompagnement et d'évaluation des actions menées sur le terrain : missions annuelles d'évaluation dans chaque village, enquêtes de satisfaction auprès des voyageurs, bilan de séjours des accompagnateurs TDS, etc. Ces outils permettent de suivre l'évolution du projet en corrigeant le tir, à la fois en termes de méthodologie et de contenu des actions, notamment de formation.

L'enjeu est que ces outils puissent être progressivement réappropriés par les villageois pour qu'ils pratiquent l'auto-évaluation. Actuellement, cette appropriation est freinée par le manque de disponibilité et d'auto-encadrement des structures villageoises, composées de bénévoles et confrontées à la gestion de multiples activités dont le tourisme n'est qu'une partie, structurante certes, mais pas unique…

Depuis 2002, les Villages d'accueil^{TDS} et TDS ont mis sur pied une charte du tourisme en Village d'accueil^{TDS}. Son application a permis d'améliorer de manière significative les relations entre les villageois et les voyageurs, en renforçant un climat de plus grande confiance, de la part des voyageurs et surtout des villageois, chacune des parties sachant mieux à quoi s'en tenir vis-à-vis de l'autre. Chaque voyageur, avant son départ, est signataire de ce document, dont les termes lui sont rappelés et commentés à son arrivée au village. Le contrôle de son application fait partie des termes de référence des évaluations annuelles. Ce texte sert de référence en cas de différend entre un voyageur et le village (le cas s'est produit une fois en 2003).

Compte tenu des différences culturelles très fortes, ce type de charte semble tout à fait indispensable. Il permet d'éviter les situations de flou, d'incompréhension ou de quiproquo. Il est nécessaire, pour cela, que ce type de texte soit élaboré avec les populations d'accueil et qu'il en soit largement connu (pour 2004, TDS et les Villages d'accueil^{TDS} traduiront leur charte en langue locale pour en faire une diffusion la plus large possible, éventuellement dans toutes les concessions villageoises).

Par ailleurs, TDS est signataire de la charte du tourisme équitable établie avec la Plate-forme du commerce équitable, et bénéficie à ce titre du label « commerce équitable » attribué par cette organisation.

● Le tourisme et le développement durable

TDS a pour objectif d'aider les communautés d'accueil dans leur processus de développement à partir de l'activité touristique utilisée comme levier économique, social et culturel. Cette approche nécessite un accompagnement relativement rapproché des communautés d'accueil, tant au niveau du tourisme (ce que fait TDS avec ses partenaires locaux) que du développement, à travers des formations, des séances d'animation, des évaluations, etc. Dans la pratique, l'association TDS est actuellement confrontée à un problème de décalage entre les cycles de l'activité touristique (très courts et intenses) et celui du développement (beaucoup plus long et distendu), accentué par le fait que les communautés d'accueil sont relativement démunies pour organiser leurs réflexions et mettre en œuvre leurs programmes d'action, en l'absence de services techniques et de compétences ad hoc.

Dans les faits, TDS est appelée à travailler sur les deux volets tourisme et développement, sans forcément en avoir les ressources nécessaires.

Actuellement, la durabilité du projet est principalement recherchée :

➢ dans l'organisation des séjours, dont la durée et le calendrier sont établis de façon à ne pas perturber les activités traditionnelles, le tourisme étant proposé par TDS comme une activité d'appoint pour le village. Ceci nécessite de trouver le juste équilibre entre économique et social ;

➢ dans l'implication de toute la communauté aux activités et sa représentativité dans les instances de gestion et d'animation du projet, avec les limites d'une démarche collective toujours plus lourde à gérer qu'une démarche individuelle ;

➢ dans l'accent mis sur la formation et l'évaluation des activités, outils indispensables et très appréciés des villageois, car gratifiants et réutilisables à titre personnel (formation) ;

➢ dans la recherche d'une véritable assise commerciale afin de préparer une économie durable pour cette forme de tourisme.

● Possible évolution à terme

Le projet en est actuellement à une phase charnière ; au bout de quatre ans de recherche-action, l'enjeu est maintenant de voir comment :

➢ les communautés villageoises sauront devenir suffisamment autonomes pour gérer collectivement l'activité touristique et réinvestir les acquis en termes de développement ;

➢ le marché évoluera pour ce genre de produit très spécifique (séjour dans un village) ;

➢ l'organisation mise en place par TDS pourra se rentabiliser économiquement, pour assurer la promotion des Villages d'accueil^{TDS} et la préparation des voyageurs ;

➢ le projet sera reproductible à moindre coût dans d'autres pays et d'autres cultures.

L'ambition de TDS au Burkina Faso est d'arriver à structurer et rendre autonome une union des Villages d'accueil^{TDS} qui prenne progressivement le relais pour : promouvoir et défendre le label au Burkina Faso, assurer l'organisation logistique des séjours, définir la politique de produits touristiques et culturels proposés, contrôler et améliorer la qualité des prestations offertes, etc.

Pour cela, le projet est de doter cette union d'une Maison des Villages d'accueil située à Ouagadougou. À la fois siège social et espace de promotion, de représentation et d'animation, cette maison devrait être la vitrine des terroirs et de leurs savoir-faire et traditions au sein de la capitale.

Cette maison pourrait comprendre des espaces techniques (bureaux, salles de formation et de réunion, réserves pour la centrale d'achat des Villages d'accueil^{TDS}, etc.), des espaces culturels (point de vente des produits du terroir [artisanat, agroalimentaire, etc.], un lieu d'exposition temporaire, un restaurant des terroirs burkinabés, une scène culturelle), des équipements touristiques (lieux d'hébergement collectif pour groupes).

Parallèlement, l'ambition de TDS est d'étendre son concept à tous les continents pour former à terme une fédération internationale de Villages d'accueil^{TDS}, véritable alternative pour un tourisme solidaire et équitable au service du développement des communautés d'accueil.

Difficultés liées à ces activités touristiques

La mise en place des activités et animations qui rythment les séjours touristiques ne pose pas de difficultés majeures. Le problème concerne surtout l'organisation et la gestion des ressources humaines, auxquelles s'ajoutent, dans le cas du projet, la nouveauté de l'activité et ses répercussions directes sur le tissu social et culturel de la communauté : gérer une activité touristique est autrement plus complexe que construire un puits ou un dispensaire.

Il y a un décalage entre le temps du commerce lié au tourisme, qui est très court et crée une pression réelle, et le temps du développement qui est nettement plus long. Ceci nécessite un travail très important, en amont de la mise en place du projet, dont il faut s'assurer qu'il va toucher toutes les couches de la communauté afin que celles-ci s'imprègnent bien de la logique de cette activité touristique. Ce travail doit être fait abso-

lument car après, les choses vont très vite et les risques de dérapage deviennent importants et difficiles à enrayer.

Par ailleurs, l'absence de structures locales d'animation en développement local dans certains territoires rend ce travail plus délicat et surtout plus long, ce qui peut créer un risque de décalage entre l'avancement du projet touristique et la capacité du village à le « digérer » : très concrètement, cela se retrouve dans la relation entre les anciens voyageurs qui veulent aider de suite le village et ce dernier, qui doit s'organiser pour gérer convenablement et durablement les fonds de solidarité que souhaitent créer les voyageurs.

Sur le marché du tourisme solidaire et équitable, rien n'est gagné et tout reste à faire. La multiplication des initiatives sur le terrain – réalisées sans trop de moyens techniques et/ou d'expériences en développement, mais avec une bonne volonté parfois teintée d'humanitaire – risque de brouiller les messages, en nourrissant la confusion toujours latente entre « tourisme solidaire » et « tourisme humanitaire », ce dernier pouvant être désastreux pour les communautés d'accueil : mettre en contact des personnes de culture et de niveau de vie très différents voire opposés ne va pas sans risque. L'expérience des Villages d'accueil^{TDS} cherche à limiter ces risques, avec un certain succès, mais avec aussi des difficultés à surmonter.

Les propositions

● Au Burkina Faso

➢ Aider à la création de fonds d'expertise, de conseil et de formation permettant aux acteurs locaux de définir, mettre en œuvre et maîtriser des projets adaptés aux réalités des territoires et du marché.

➢ Sensibiliser les institutions financières et les administrations territoriales à cette nouvelle dimension d'un tourisme au service du développement des territoires.

➢ Mettre en réseau les initiatives locales (autour d'une charte, d'un label) pour développer une offre touristique spécifique de qualité en aidant à sa promotion sur les marchés intérieurs et internationaux.

➢ Intéresser les opérateurs touristiques « conventionnels » (agences, tour-opérateurs, hôteliers, etc.) à intégrer cette offre touristique dans leurs propositions de programmes et de circuits.

➢ Créer des synergies entre les opérateurs du Sud et les réseaux du tourisme social et du tourisme rural au Nord, autour de programmes d'échanges techniques, de promotion, etc.

● En France

➢ Aider à la mise en réseau des acteurs engagés dans ce tourisme responsable, principalement dans les domaines suivants : la sensibilisation et l'information du public ; la promotion du tourisme solidaire et équitable ; la certification des démarches et leur contrôle externe.

➢ Renforcer les échanges entre associations de voyages responsables et ONG de développement pour une meilleure connaissance mutuelle sur les actions entreprises et les démarches et méthodes employées. Pour cela, créer une « bourse de coopération » entre ONG de développement et associations de tourisme solidaire pour travailler conjointement sur les territoires engagés dans un projet de développement touristique.

● Au niveau international

➢ Favoriser les échanges entre réseaux des différents pays et continents dans l'esprit du FITS.

➢ Créer un mouvement de lobbying auprès des organismes internationaux, les agences de coopération et les gouvernements du Sud pour inscrire le tourisme solidaire et équitable dans les programmes d'appui au développement.

Bureaux France
Directrice : Bénédicte Merlant
BP 46 - 8 rue Prion 30250 Aubais
Tél. : 33 (0)4 66 80 41 42 - Fax : 33 (0)4 66 80 41 44
E-mail : tour.dev.solidaires@wanadoo.fr

Antenne Burkina Faso
Représentant : Saïbou Ouedraogo
09 BP 239 Ouagadougou 09
Tél./fax : (226) 31 25 94 - E-mail : tds.bf@liptinfor.bf

Site : www.tdsolidaires.fr.st

Mali

Projet de développement local et touristique de la zone du Mandé, région de Koulikoro

➤ Groupement d'associations Tétraktys-Calao et Karamba Touré

● Le contexte

La région du Mandé, actuellement peu fréquentée par les touristes, présente cependant un attrait exceptionnel, avec la haute vallée du Niger au sud, une grande plaine arborée, une zone de falaises superbes et un plateau aux aspects multiples. Cet intérêt est encore renforcé par deux éléments importants :

➤ la forte mobilisation des maires du Mandé (16 communes rurales, soit plus de 160 000 habitants) ;

➤ le goudronnage en cours de la route de Guinée qui va mettre le Mandé à moins d'une heure de Bamako.

● Le projet touristique

Ce projet est né dans la suite logique d'une action éducative menée depuis plus de six années par Calao, l'association Karamba Touré et la Cité des sciences et de l'industrie, en direction des enfants pas ou peu scolarisés du Mandé (6 000 jeunes concernés à ce jour).

En parallèle, Tétraktys intervient depuis de nombreuses années pour participer au développement du tourisme au Mali, notamment par le biais de la formation.

Le projet s'articule autour des axes suivants :

➤ la formation des personnes : les guides accompagnateurs-nature, les personnes qui hébergent, le personnel d'entretien ;

➤ le développement de l'offre culturelle touristique et sportive. La région a en effet un potentiel énorme mis en évidence par les scientifiques qui travaillent déjà avec Calao sur le terrain. Les domaines privilégiés sont les arbres et la forêt, l'archéologie, l'orpaillage, l'escalade et les sports nautiques ;

➤ la structuration des équipements ;

➤ la promotion de la zone ;

➤ la mise en marché.

Cette zone est actuellement particulièrement protégée et c'est par une démarche de tourisme solidaire qu'elle doit impérativement se développer si l'on veut préserver les hommes et la nature.

● L'organisation locale

C'est l'Amuma, Association des municipalités du Mandé, regroupant seize communes rurales, présidée par Adama Camara, qui sera le porteur du projet. L'Amuma partage avec nos associations les mêmes valeurs. C'est aussi une façon d'aider à renforcer la démocratie en zone rurale, car nos interlocuteurs sont des maires élus.

L'association Karamba Touré, présente dans le Mandé depuis plus de dix ans, sera pour la mise en œuvre de ce projet un soutien très précieux.

● Le partenariat

L'Amuma pourra s'appuyer, dans le cadre d'un programme triennal, sur nos associations pour réaliser cet ambitieux projet. Des scientifiques (IRD, Université Paris 1) et des communes de France vont nous aider sur les multiples facettes de cette opération dont le financement est sollicité auprès du ministère français des Affaires étrangères.

● Les résultats

Actuellement, cette zone ne reçoit pas plus de 1 000 touristes par an alors que le Mali en accueille annuellement près de 100 000. Le Mandé peut permettre au Mali de rééquilibrer son offre

extérieure mais aussi de créer un vrai tourisme malien de proximité.

● Les difficultés

Les responsables de cette zone devront gérer les conséquences du goudronnage de la route de Guinée sur l'environnement, ce qui est une vraie difficulté compte tenu de la proximité de la capitale. Tous en sont très conscients et déjà des actions de mobilisation des populations sont en cours.

● Les perspectives

Le Mandé devrait voir toute son économie modifiée par l'arrivée d'un tourisme bien conçu. Des activités artisanales commencent à voir le jour. C'est un espoir important pour la jeunesse de ces communes rurales, qui pourront allier les activités agricoles traditionnelles à des activités saisonnières variées, créant ainsi des ressources qui leur permettront de rester dans leur pays.

● Les propositions

Au niveau international, il serait essentiel que de grandes organisations s'intéressent en particulier aux aspects suivants :

➢ les infrastructures : le goudronnage de la route de Guinée est à cet égard exemplaire ;

➢ le désenclavement : ces communes doivent pouvoir communiquer (absence de téléphone, a fortiori de courrier électronique !) ;

➢ les infrastructures de santé indispensables ;

➢ la protection de la forêt ;

➢ l'utilisation des énergies renouvelables (électrification rurale, etc.).

Les organisations de tourisme solidaire trouveront ici une zone exemplaire, qu'elles peuvent aider à mettre en valeur en respectant les souhaits des habitants et en les aidant à conserver à cette région son caractère attachant.

Tétraktys
Serge Pagès
5 rue Gallice 38000 Grenoble (France)
Tél. : 33 (0)4 38 70 02 14
E-mail : Tetraktys.dir@wanadoo.fr

Calao
Jean-Pierre Girardier
100 rue de la Résistance 39100 Dole (France)
Tél. : 33 (0)3 84 82 23 71
E-mail : asscalao@wanadoo.fr

Association Karamba Touré
BP 2566 Bamako (Mali)

Mauritanie

Tourisme solidaire et développement durable pour les coopératives de femmes et les tribus nomades de l'Adrar

➤ par Ahmed Ould Jiyid, Association El Velah

Contexte

● Une vaste région désertique

L'Adrar est une région désertique du centre de la Mauritanie, qui compte 50 000 habitants. En raison de la sécheresse endémique qui a chassé les nomades vers les oasis où la pression démographique est de plus en plus importante, ces populations vivent en état de pauvreté extrême.

Depuis plusieurs années, les femmes des oasis se sont organisées en coopératives maraîchères. Au nombre de 21, ces coopératives féminines regroupent 168 familles (environ 1 500 personnes). Les femmes cultivent des légumes dans de petits périmètres irrigués équipés par le Gret de pompes solaires et éoliennes, cofinancées par les coopératives, avec l'appui du conseil régional d'Ile-de-France.

Les populations des plateaux, encore nomades, continuent à vivre une existence autarcique et précaire, sans aucune assistance médicale ni aucun accès à la scolarité.

● Un fort potentiel touristique

Le tourisme représente, avec le maraîchage, l'une des rares opportunités de développement durable de la région. Au fort pouvoir d'attraction du désert pour les touristes occidentaux, s'ajoute l'attrait de superbes oasis, la diversité des paysages, la ville sainte de Chinguetti et ses fameuses « bibliothèques des sables », les peintures rupestres découvertes par Théodore Monnot en 1938.

Or, si des charters de plus en plus nombreux atterrissent à Atar, au bénéfice de quelques opérateurs européens et mauritaniens, les populations rurales ne bénéficient d'aucune retombée. Elles commencent, au contraire, à subir l'impact négatif d'un tourisme qui s'industrialise. De nouveaux comportements inconnus jusqu'alors, comme la mendicité, apparaissent déjà.

Un projet de tourisme communautaire

C'est en réaction à cette situation que l'association locale El Velah a proposé, en partenariat avec le Gret, la réalisation d'un projet « Tourisme solidaire et développement durable » pour les femmes des oasis et les tribus nomades du plateau de l'Amodjar. Le projet vise à promouvoir un développement durable fondé sur un mode d'accueil touristique propre à répartir les ressources entre les femmes des oasis et les familles nomades des plateaux et à permettre une meilleure valorisation des produits de l'agriculture, de l'élevage et de l'artisanat.

Le projet vise au renforcement des groupes de base, avec l'objectif d'un développement agricole et artisanal autonome et durable. Il contribue également à renforcer l'organisation El Velah, animatrice locale du processus.

Un partenariat fort

L'association El Velah, avec son réseau de coopératives féminines et de campements nomades, est le responsable local du projet. El Velah est en relation étroite avec les élus des communes d'Atar

et d'Aoujeft et les services décentralisés de l'État dans l'Adrar.

En Europe, El Velah travaille avec des agences associatives de tourisme en France (Les Hautes Terres de Provence, de la Motte-du-Caire, et Couleurs sensations, de Grenoble) et en Italie (Réseau Viaggi Solidali de Turin).

Des retombées essentielles pour la population

Les voyageurs sont accueillis par groupes de cinq à huit, pour des durées d'une semaine en général. Accompagnés par un guide et deux chameliers, ils se déplacent essentiellement à pied et à dos de chameau, pour des randonnées de quelques heures les conduisant d'un lieu d'accueil à un autre. À chaque halte, ils sont accueillis par les femmes des coopératives et des campements nomades qui les hébergent sous la « khaïma », la tente traditionnelle. Les femmes préparent les repas, qui sont pris en commun, et accompagnent les voyageurs dans la visite des villages, des jardins, des écoles.

L'objectif d'El Velah est modeste : accueillir, en vitesse de croisière, 300 touristes par an, ce qui représenterait moins de 2,5 % du flux actuel de touristes sur Atar, estimé à 10 ou 12 000 voyageurs. Pour l'accueil de chaque voyageur, pour un séjour d'une semaine, les groupements reçoivent 250 euros et El Velah 100 euros.

Avec 300 voyageurs, le chiffre d'affaires annuel se monterait à 75 000 euros. Pour chacune des 26 organisations (21 coopératives et 5 campements nomades), cela représenterait un chiffre d'affaires annuel de 2 900 euros. Chacune des 218 familles, déduction faite de 50 % de charges, percevrait un bénéfice net d'un peu plus de 170 euros par an, ce qui est très important dans une région où certaines familles passent des mois sans voir un centime d'euro.

Les quelques bénéfices engrangés actuellement permettent de payer des médicaments, des fournitures scolaires, des produits de base, mais aussi d'améliorer les conditions d'accueil des voyageurs (latrines sèches, couchage, ustensiles de cuisine) et d'acquérir semences et outils pour la production maraîchère.

Un risque de bouleversement culturel profond

Le projet implique toutefois une évolution du comportement des populations locales en matière d'accueil et d'hospitalité : le tourisme, tout communautaire qu'il soit, introduit une relation monétarisée (le client paye la prestation d'accueil) alors que la relation traditionnelle d'hospitalité est fondée sur le principe de la gratuité et de la réciprocité.

Cela ne va pas sans risques pour une population qui a déjà vécu, ces dernières décennies, le traumatisme de la sédentarisation. Mais l'impact social et culturel de « l'industrialisation du tourisme de désert » est bien pire.

El Velah
Délégué général : Ahmed Ould Jiyid
BP 5 Atar (Mauritanie)
E-mail : el-velah@netcourrier.com

Sénégal

Projet de développement touristique de la région de Tambacounda

Le contexte

La région de Tambacounda est la plus vaste du Sénégal (un tiers de la superficie nationale) et la plus défavorisée : 2,8 % du PIB national pour une activité basée à près de 80 % sur le secteur primaire, avec un niveau de vie très faible. L'exode rural est très important : on observe que depuis 25 ans la population rurale a augmenté de 8,60 % (contre 40 % entre 1961 et 1976) alors que la population urbaine a augmenté de 90 %. Il y a une forte émigration dans la région, principalement dans le département de Bakel.

Le Sénégal oriental représente un vivier pour le tourisme de nature, encore très peu exploité. En effet, si le Sénégal accueille jusqu'à 300 000 visiteurs par an, il les concentre essentiellement sur la côte atlantique. Seul le Parc national du Niokolo Koba attire une part non négligeable de visiteurs vers l'Est, outre le tourisme cynégétique.

La région de Tambacounda souffre d'un enclavement très prononcé qui ouvre la voie à un tourisme non pas quantitatif, mais axé sur l'aventure et la découverte d'espaces préservés.

Le projet touristique

Le projet est à l'initiative de l'ancien président du conseil régional de Tambacounda (1999), Mamadou Samoura. Ancien élève du lycée Champollion à Grenoble, il souhaitait vivement allier sa région à la collectivité iséroise et impulsa la mise en place d'un partenariat entre les deux. Reconnue comme association iséroise de « coopération pour le développement des espaces naturels », Tétraktys fut alors missionnée pour établir un diagnostic et proposer des stratégies de développement.

Elle établit un programme d'action triennal, selon trois axes en cohérence avec les besoins et ressources identifiés ainsi que ses propres compétences : la formation ; le tourisme, la culture et l'artisanat ; l'environnement.

L'action de Tétraktys n'est pas isolée : financée par le conseil général de l'Isère, elle fait partie d'un ensemble de structures iséroises engagées dans des projets de développement au Sénégal oriental. Dans ce contexte, l'idée d'établir une coopération décentralisée entre le conseil général de l'Isère et le conseil régional de Tambacounda a mûri, et une convention de coopération a été signée en juillet 2002, permettant d'élargir et de pérenniser le programme.

Ainsi, le tourisme représente un appui économique au développement des collectivités, et favorise les échanges et les connaissances.

L'organisation locale

Suite à plusieurs missions d'exploration, le campement « la Cascade de Dindifello » a été désigné comme site pilote : « S'il émane d'une volonté villageoise, ce campement a nécessité une contribution technique et financière de partenaires étrangers. Il a dans un premier temps été initié en 1989 avec l'aide du Peace Corp américain. Puis c'est à partir de 1999 que l'association Tétraktys s'est engagée à redynamiser une structure qui vivotait.

Dans une logique de développement touristique intégré, elle apporte un soutien technique et matériel au GIE La Cascade sur des principes de gestion collective, de structuration durable des équipements et de l'offre touristique locale ».

Ensuite, la mise en place du dispositif de coopération décentralisée entre le conseil général de

l'Isère et le conseil régional de Tambacounda, avec l'accord et l'aide financière du ministère français des Affaires étrangères, a permis de développer une approche territoriale dans une logique remontante et en continuité du projet pilote de Dindifello : dès l'initiation de son programme pilote, Tétraktys envisageait de placer son action dans le cadre d'une convention de coopération décentralisée. Elle a pour cela sollicité autant les institutions locales que les partenaires français potentiels opérant sur le même territoire.

C'est ainsi que les porteurs de projets se sont diversifiés et multipliés : autres GIE de campement, collectivités locales, associations culturelles, etc.

Le partenariat

Depuis le début du programme, le GIE La Cascade est lié par convention à Tétraktys. Dans un souci de suivi des actions locales, puisqu'il n'y pas de personnel technique expatrié mais seulement des experts en missions courtes, Tétraktys s'est appuyée sur un opérateur régional de développement, outil technique du conseil régional dans un premier temps, puis sur l'Agence régionale de développement – avec laquelle elle est aussi liée par convention.

Depuis la mise en place du dispositif de coopération décentralisée, les collectivités territoriales maîtres d'ouvrage sont le conseil général de l'Isère et le conseil régional de Tambacounda qui se rassemblent au sein d'un comité de pilotage et s'appuient sur un ensemble d'opérateurs dont Tétraktys fait partie.

Les résultats

Le projet en est à sa troisième année de fonctionnement dans le dispositif de coopération décentralisée. Il a permis depuis son origine les réalisations touristiques suivantes : 21 guides accompagnateurs formés (module de 480 heures) ; 19 femmes formées à la cuisine et à l'hygiène alimentaire ; construction de 3 campements avec équipements solaire et hydraulique ; des sentiers sécurisés et balisés ; équipement et sécurisation de la cascade de Dindifello ; organisation du premier festival des ethnies minoritaires et structuration du site mémoire de Bandafassi.

La gestion des campements est pilotée par des groupements d'intérêt économique où siègent l'ensemble des acteurs locaux. La répartition des retombées économiques est la suivante : un tiers pour le fonctionnement du campement, un tiers pour les salaires et le dernier tiers pour la communauté rurale (qui décide des attributions aux microprojets villageois). En ce qui concerne le campement pilote de Dindifello, les actions ont permis de passer de 300 nuitées en 1999 à 2 734 en 2002, engendrant une croissance proportionnelle des recettes (en milliers de francs CFA : 3 250 en 2000 et 10 330 en 2002) mais aussi de créer 14 emplois en haute saison (sachant que chaque emploi permet de faire vivre une vingtaine de personnes). Les 21 guides formés ont vu progresser leur activité et une dizaine en ont fait leur activité principale.

Les résultats des autres campements ne sont pas significatifs puisqu'ils sont encore en phase de structuration.

D'autres retombées sont aussi à considérer : la mise en place du premier festival des ethnies minoritaires du Sénégal a permis à trois ethnies locales de faire connaître leur culture et leurs rites traditionnels ; cette logique culturelle se poursuit avec la mise en place de deux autres festivals pour constituer trois événements culturels dans une période de trois ans (un chaque année) sur les trois départements que compte la région. La plate-forme de coopération décentralisée a intégré des acteurs dans le domaine médical et éducatif.

Les difficultés

Les principales difficultés rencontrées sont les suivantes :

➤ Une difficile adaptation des modes de fonctionnement du dispositif de coopération décentralisée des partenaires, au Nord comme au Sud, malgré une pédagogie permanente – des circuits relationnels, décisionnels et financiers plus complexes.

➤ La faiblesse des compétences en matière de tourisme.

- La concurrence d'initiatives locales privées.
- L'accès long et parfois difficile à cette région.

Les perspectives

Le projet s'oriente, après les dernières réalisations d'infrastructures, vers l'aide à la commercialisation : réalisation d'un « éductour ». Cette phase terminée, les enjeux principaux sont la pérennisation et l'autonomisation de l'activité : pour cela, des outils de suivi ont été mis en place et des missions de suivi sont programmées. Ensuite le programme va s'étendre à d'autres zones plus au nord, vers Bakel, pour engager une nouvelle dynamique à partir de l'expérience et de la démarche de cette première phase. Des projets sont déjà en cours d'évaluation comme le restoroute de Kidira ou le festival de Bakel.

Le conseil général de l'Isère est plus que jamais investi dans cette coopération, pour laquelle il s'est engagé avec le conseil régional de Tambacounda jusqu'à la fin 2004, avec le soutien du ministère français des Affaires étrangères. Il organise dans le département une « semaine du Sénégal en Isère », du 6 au 13 décembre 2003, pour faire connaître cette région et sa culture.

Les propositions

Appliquer le concept de développement durable et a fortiori solidaire au tourisme (le tourisme durable, lui, est promu par l'OMT depuis 1999) revient à exiger des développeurs qu'ils concilient à la fois le développement économique et social, le bénéfice des populations locales et la gestion des ressources patrimoniales, objets directs du tourisme. Ces prérogatives offrent une grille de lecture de la démarche du tourisme durable.

Au-delà du dispositif technique, Tétraktys préconise de travailler avec le maximum d'ouverture et de transparence : en amont, elle observe et met en valeur la diversité des acteurs de terrain ; en aval, elle soumet son intervention à évaluation. Cette première expérience réalisée pourra offrir des outils et critères d'évaluation reconductibles, à formaliser pour des expériences à venir.

Mais Tétraktys ne s'en tient pas à ses simples compétences touristiques puisqu'elle ne peut considérer le tourisme comme une fin en soi, consciente du caractère aléatoire de cette activité dans des pays en développement encore fragiles politiquement et économiquement dans un contexte international difficile.

Le tourisme n'accompagnera le développement durable du territoire concerné qu'en participant d'un développement global, toutes échelles confondues, et transversal, tous domaines confondus. Il doit susciter une dynamique financière, sociale et culturelle, et en aucun cas devenir une monoactivité. C'est dans cet objectif que Tétraktys préconise de passer de projet de type ONG vers une plate-forme de coopération décentralisée permettant une approche plus globale et territoriale dans l'aide au développement.

Tétraktys
Serge Pagès
5 rue Gallice 38000 Grenoble (France)
Tél. : 33 (0)4 38 70 02 14
Fax : 33 (0)4 38 70 02 15
E-mail : administratif@tetraktys-ong.org

Djibouti

Aden : Association Djibouti espace nomade, Campement Dittilou et agence Caravane du sel

Contexte

Djibouti n'est généralement connu que par l'utilisation qu'en a faite notre puissance coloniale : sa façade maritime, le port, la base militaire, parfois les fonds marins. Pourtant derrière ceux-ci existent un pays, des identités culturelles qui paradoxalement sont tournés vers les déserts et hauts plateaux abyssins. Un pays qui vient juste de s'ouvrir à l'exploration des voyageurs.

À la jonction de trois rifts, Djibouti présente des paysages très variés et hors du temps, « des paysages d'apocalypse ou de genèse de la terre » : verdure et désert, richesse de la faune et de la flore. C'est une porte d'entrée sur la corne de l'Afrique et la rencontre de deux grands peuples nomades : les Issas-Somalis et les Afars. Une visite à Djibouti est une introduction à la très grande richesse culturelle de l'Est africain, qui est restée encore très préservée des grandes mutations modernes.

La volonté d'ouverture et de développement des Djiboutiens eux-mêmes est particulièrement créatrice et motivée.

Le tourisme à Djibouti est très récent. Un tourisme de masse y est inconcevable, les conditions de transport et d'hébergement restent d'ailleurs assez rudimentaires. Mais des structures intégrées dans la vie locale et l'environnement naturel s'y développent et elles sont pleines d'avenir.

La création et le rôle de l'Aden

L'association Aden a pour but de faire connaître les richesses culturelles et touristiques de Djibouti. Elle a été créée en accord avec l'Office du tourisme, en 1990, après qu'un de ses futurs membres a participé à une expérience très positive et originale, une avant-première dans l'écotourisme.

Dans les années 1980, le tourisme à Djibouti se résumait à quelques excursions ponctuelles d'Européens habitant Djibouti ou de passagers de bateaux de croisière. En 1988, le circuit dit de la caravane du sel est le premier circuit conçu pour une découverte en profondeur du pays. C'est une randonnée qui suit le trajet d'une caravane de sel afar, qui ramasse le sel sur l'extraordinaire banquise de sel du lac Assal (65 km²) pour l'échanger en Éthiopie contre des céréales. Ce circuit permet non seulement d'admirer les sites géologiques les plus spectaculaires du pays, mais aussi de découvrir le mode de vie des nomades.

Cette initiative a été prise par deux Afars : Saïd Baragoïta (ingénieur agronome) et Ali Mohamed (de l'Office du tourisme). Le relais en Europe, la future présidente de l'Aden (responsable d'un service de tourisme au comité d'entreprise Air France), convaincue de la fiabilité du dynamisme des Djiboutiens, a formé en France un groupe-test avant de diffuser le produit sur le marché des tour-opérateurs français.

Résultats

Cette expérience a été très positive car :

➤ elle a permis une connaissance plus approfondie de Djibouti pour les touristes et surtout la prise de conscience des réalités culturelles. Un témoignage fréquent : « Nous sommes partis randonner dans le désert, nous revenons marqués par la rencontre d'un peuple tolérant » ;

➤ elle a entraîné des retombées variées sur la population, retombées économiques très larges et

ouverture d'un monde nomade replié sur lui-même vers l'extérieur. La population avait été intégrée au projet dès le départ. C'est un exemple remarquable de tourisme d'échange ;

➤ c'est aussi le succès d'une initiative entièrement locale, qui malgré une inexpérience du monde du tourisme a été bien pensée et remarquablement organisée sur fond de tradition d'hospitalité.

L'Aden a été créée pour poursuivre ce type de coopération. Faire connaître Djibouti, mais pas n'importe comment : réaliser des conférences, écrire des articles, participer à des émissions de télévision et de radio (reportages sur les aspects de la vie culturelle), participer à des projets de tourisme qui respectent la même déontologie que celle de la caravane de sel. L'Aden ne veut pas se substituer aux Djiboutiens ni influencer leurs prises de décision, mais plutôt les conseiller en tant que professionnels du tourisme ou touristes potentiels mieux placés pour connaître les comportements et les demandes des touristes étrangers. Son but essentiel est de faire venir les touristes, de bien les informer et de servir de relais dans les deux sens.

Dans les discussions sur le tourisme solidaire, il n'est trop souvent question que du transfert du savoir du Nord vers le Sud. Il est rarement mentionné le savoir-faire du Sud. Dans ce cas, c'est bien le savoir-faire des Djiboutiens, si singulier et si lié à leur culture, qui a amené à la création d'une association au Nord et d'autres actions dans ce sens. Il nous semble essentiel de concevoir le tourisme solidaire comme un « échange de savoir-faire ».

Pendant les années 1991 à 1995, les problèmes politiques à Djibouti ont ralenti les initiatives qui ont repris à partir de 1996-1997 :

➤ création du premier réceptif purement djiboutien : l'agence « La Caravane du sel » ;

➤ multiplication des campements touristiques. Le premier avait été créé en 1987 par Saïd Baragoïta à Dittilou.

Les campements se sont créés dans les lieux les plus touristiques du pays : ce sont de petites structures d'accueil souvent rudimentaires, du type « case africaine », adaptées à l'environnement et généralement doublées d'une activité annexe (agriculture, apiculture, pêche, éducation, etc.).

Leur point commun est d'être à l'initiative privée de jeunes Djiboutiens qui veulent rester maîtres d'œuvre de leur réalisation : ils ne voient pas la nécessité d'adhérer à une quelconque charte, leur réalisation a reçu l'appui de la population locale et c'est la permanence de cet appui qui est le meilleur garant de la notion de tourisme solidaire. Leur difficulté est de trouver des moyens pour améliorer l'équipement des campements et l'activité économique annexe qui va de pair. Le gouvernement djiboutien n'a apporté aucune aide, du moins jusqu'à présent.

Le rôle de l'Aden est de faire connaître ces structures, et, au-delà de l'activité touristique locale, de les représenter dans les manifestations concernant le tourisme et de les inclure dans le cadre de circuits touristiques à l'étranger proposés aux tour-opérateurs.

Suivant le thème du voyage, chaque campement peut être intégré dans un circuit. Chacun est complémentaire et original par rapport aux autres. Ces campements couvrent une grande partie du pays, ce qui permet sa découverte uniquement par l'intermédiaire de structures intégrées.

Beaucoup de ces campements sont récents. C'est aussi très récemment que l'Aden s'occupe de leur relation avec l'international.

Aden
Tél. : 33 (0)1 48 51 71 56
E-mail : aden@club-internet.fr

Campements associés au projet
Dittilou (Mont Goda)
Bankoualàé (Mont Goda)
Bara Barey (forêt du Day)
Hougueff du Ras Bir (Obock)
Asboley (lac Abbe)
Goda (Randa)

Un exemple :

Le campement de Dittilou et l'agence Caravane du sel

➤ par Saïd Baragoïta

Contexte et historique

Le campement touristique de Dittilou est situé dans le secteur montagneux du Mont Goda, abritant la forêt du Day. Cette forêt primaire en voie d'extinction est essentiellement peuplée de genévriers, de buis et de terminalia. Le milieu forestier du bassin-versant de l'oued Toha est habité par trois grandes familles d'éleveurs de bovins qui ont su mettre au point un code de gestion stricte des parcours.

La région montagneuse du Mont Goda (district de Tadjourah) bénéficie d'un microclimat favorable qui justifie sa richesse en biodiversité : francolin, léopard, petit koudou, jusqu'en 1960, palmier de Bankoualé ; 80 % des espèces animales et végétales de la république de Djibouti sont concentrés dans le secteur montagneux du Nord (Mont Goda, Mabla). Son relief difficilement accessible, son microclimat favorable (400-500 mm par an), ses nombreuses sources, une gestion des parcours adaptés font du Mont Goda le sanctuaire des nombreuses espèces animales et végétales.

La réalisation du projet touristique de Dittilou intervient dans un contexte de crise où le secteur rural se vide peu à peu de ses forces vives parties en ville à la recherche d'un travail plus facile. L'exode semble se faire d'une manière réfléchie. On s'arrange pour qu'au moins un représentant par famille reste en brousse pour perpétuer la tradition de l'élevage. La transhumance qui assurait le fragile équilibre du milieu forestier est abandonnée. L'élevage et la sédentarisation accélèrent la désertification.

Origine de l'idée

Le projet de création en 1987 d'un campement d'écotourisme à Dittilou est une initiative de Baragoïta Saïd, ingénieur des travaux agricoles, natif du massif montagneux du Mont Goda où vit toujours une partie de sa famille restée nomade.

Le projet initial consistait en l'aménagement d'un village traditionnel équipé de sanitaires et de douches capables d'accueillir une trentaine de familles européennes, soit 60 à 70 lits.

Le campement touristique de Dittilou niché dans un cirque de montagne offre, outre un dépaysement assuré, de nombreuses possibilités de randonner en toute quiétude dans un cadre de fraîcheur et de verdure.

À l'origine, le projet de tourisme était associé à un élevage de lapins. Mais l'absence de savoir-faire et la mobilisation de l'ensemble des ressources humaines par l'activité de tourisme obligea très vite à abandonner l'élevage de lapins.

Principales étapes du projet

L'introduction d'une nouvelle activité de tourisme dans le secteur, l'aménagement d'une piste de 5 kilomètres pour désenclaver le site et la privatisation d'un périmètre pour l'implantation du projet ont fait l'objet de négociations avec les chefs coutumiers. Les parcours traditionnels étant la propriété commune à tous les membres de la famille ou tribu, la cession d'un périmètre pour un usage privé fut le point le plus longuement discuté. Mais la perspective des nombreuses retombées générées par la nouvelle activité au profit de la communauté pastorale a finalement eu raison de la peur du changement.

La piste d'accès au site a été financée par le promoteur du projet qui a pu ainsi sensibiliser les bailleurs de fonds sur les potentialités du développement de la vallée de Dittilou. Le projet d'un

campement touristique à Dittilou, qui a bénéficié de l'appui de la direction de l'Office de tourisme de Djibouti de l'époque, a été financé par la Banque de développement de Djibouti en 1986.

Le prêt de 60 000 dollars accordé par la Banque de développement de Djibouti a permis la réalisation d'un village d'une vingtaine de paillotes équipées de sanitaires et de douches, d'un grand restaurant (100 couverts), la construction d'un bassin de 100 litres, l'aménagement d'un jardin, l'achat d'un véhicule 4 x 4 de liaison et des motopompes pour l'exhaure de l'eau.

Le campement de Dittilou a été inauguré le 15 janvier 1987. Ce projet pilote sera une très bonne affaire pour ses promoteurs, pour la communauté bénéficiaire et pour la clientèle européenne séduite par un tourisme respectueux des cultures et de l'environnement.

Loin de présenter une menace potentielle pour la population d'accueil, le tourisme peut au contraire valoriser une activité traditionnelle. En proposant à la clientèle internationale le circuit de la Caravane du sel, Dittilou contribuera à valoriser une activité marginale. Afin d'adapter la Caravane du sel à la capacité des randonneurs européens, une caravane test a été organisée en 1988. Le test validé, l'Association Djibouti espace nomade (Aden) a pu diffuser le circuit auprès de tour-opérateurs français (Renard vagabond, Club aventure, comité d'entreprise Air France, etc.).

La réussite du projet d'écotourisme de Dittilou mettra en confiance d'autres promoteurs qui investiront dans des projets similaires à Bankoualé, Randa, Obock, Koutabouya, Assamo. Toutes ces initiatives privées de développement durable, alors en plein essor, seront malheureusement anéanties par le conflit armé (1991-1994).

Le campement de Dittilou, entièrement détruit, sera réhabilité après le conflit en 1995. Mais, conséquences directes du conflit armé, les Forces françaises et leurs familles qui constituent la majorité de la clientèle des projets d'écotourisme, se voient limiter voire interdire, pour des raisons sécuritaires, leurs sorties en brousse.

La défection de la clientèle traditionnelle des campements d'écotourisme amène alors les promoteurs à revoir leur stratégie. Les campements d'écotourisme ne sont pas habilités à démarcher directement la clientèle internationale ni à proposer leurs services à l'administration et aux privés. La création en 1996 de la société Caravane du sel, premier réceptif djiboutien ayant une existence légale, s'inscrit donc dans cette nouvelle stratégie de la relance du développement local par la promotion du tourisme.

L'agence Caravane, forte de l'assistance technique de l'Association Djibouti espace nomade (Aden) s'engage à promouvoir la destination Djibouti.

Le réceptif, outre les réservations des campements d'écotourisme, propose des produits touristiques à thèmes sur l'ensemble du territoire national mais également sur le territoire de l'Éthiopie, notamment dans le désert Danakil et dans la basse vallée de l'Aouache.

L'agence offre ses services aux Forces françaises dans le cadre de « l'école du désert » depuis 1998. Les Forces françaises louent, par l'intermédiaire de l'agence, les services de 1 000 chameliers djiboutiens par an sur l'ensemble du territoire. L'armée achète directement aux familles nomades 300 cabris et 400 attaches de bois.

Activités touristiques proposées

Le campement touristique de Dittilou propose des randonnées pédestres à partir du site pour la clientèle locale et internationale :

- Grande cascade, (visite de la grande cascade de Toha, retour à Djibouti ville via le Lac Assal) ;
- Plateau de Mandah ;
- Palmeraie de Guédani.

Dittilou est aussi le point de rencontre entre les caravaniers et les randonneurs de la route du sel. C'est également une base de vie de référence pour tous les experts qui viennent faire l'inventaire des espèces animales et végétales du massif du Mont Goda.

Le campement de Dittilou accueille environ 800 touristes par an. Ouvert toute l'année, il réalise 80 % de son chiffre d'affaires entre octobre et avril.

Le campement achète chaque année, directement aux nomades, plus de 150 cabris et 200 kg de fruits (bananes, mangues) et du miel.

Relations avec le territoire

La particularité des produits élaborés par le réceptif Caravane est leur forte retombée économique pour les populations bénéficiaires. À titre d'exemple, la part des prestations nomades représente 20 % du chiffre d'affaires généré par les circuits Caravane du sel et 60 % du chiffre d'affaires réalisé par les services de location de chameaux (École du désert).

Par conséquent, la population bénéficiaire participe activement à toutes les actions initiées par l'agence Caravane du sel. L'agence fait appel à la population pour les travaux d'intérêt communautaire (réfection, réhabilitation de la piste, des points d'eau). La mobilisation de la population se fait toujours par l'intermédiaire des chefs coutumiers.

Le désenclavement de la vallée en 1986 a favorisé le développement d'une dizaine de petites exploitations agricoles qui produisent, outre le fourrage pour les animaux domestiques, du maraîchage et des fruits comme les mangues, les oranges, les bananes.

La coopérative agricole de Toha, qui regroupe une dizaine du membres, travaille en étroite collaboration avec Dittilou ; l'agence Caravane du sel leur assure la logistique et facilite la commercialisation des produits.

Dans le cadre de la loi sur la décentralisation des régions, très attendue par l'ensemble des Djiboutiens, il est prévu de réaliser une étude des potentialités économiques de la région et de promotion des investissements dans les actions prioritaires favorisant le développement local.

Le soutien au développement du tourisme par l'État djiboutien, en proie à une crise structurelle, se limite pour l'instant au discours. Les initiatives pionnières ont besoin, pour réussir et relever les défis actuels, d'un soutien plus conséquent de la part de l'État.

Partenariat

L'agence Caravane du sel assure la promotion du campement de Dittilou et d'autres campements d'écotourisme, par voie d'affichages publicitaires, de dépliants.

Pour la clientèle locale, l'agence, ou bien directement les responsables des campements, démarchent eux-mêmes auprès des bureaux loisirs de l'armée française (Foyer Marine, DA, 5e RIAOM, Légion étrangère).

Pour la clientèle internationale, l'agence Caravane du sel travaille, grâce au démarchage de l'Aden, avec des tour-opérateurs français et suisses. Il s'agit notamment d'Aventure et volcans, Terra Incognita, Club aventure, comité d'entreprise Air France, Exploraction Genève.

Depuis deux ans, des demandes viennent d'associations et d'individuels déçus des circuits de distribution traditionnels et qui préfèrent traiter directement avec les réceptifs.

L'agence prépare des prospectus simples détaillant les prestations offertes, les tarifs pratiqués et les coordonnées de l'agence ou des personnes responsables à contacter pour la réservation. Ces prospectus sont affichés auprès des services de loisirs des FFDJ. Les campements et les réceptifs participent à des foires de rencontres culturelles organisées par l'armée française. En général, ce sont les agences qui assurent les réservations moyennant une commission de 10 % sur l'ensemble des prestations assurées.

Les moyens de communications sont le téléphone, le fax et le courrier électronique.

Effets constatés et attendus de l'activité

● Effets directs

L'agence Caravane du sel et le campement de Dittilou emploient quinze personnes à plein temps (guide, cuisinière, logistique, chauffeur, etc.) et vingt guides temporaires. Elle est propriétaire de quatre véhicules et loue des voitures aux particuliers pour répondre aux demandes supplémentaires. Par ailleurs, l'agence Caravane du sel et le campement de Dittilou ont financé la réfection de la source de Dittilou et l'installation d'une pompe immergée assurant l'adduction d'eau pour le campement et le village nomade. C'est l'agence qui cofinance, avec la coopérative agricole de Toha, le salaire du garde forestier responsable du bassin-versant de l'oued Toha.

● Effets indirects

Le développement du tourisme a valorisé les activités traditionnelles comme l'artisanat, la culture, l'histoire, l'apiculture et l'organisation du commerce du sel.

Les campements d'écotourisme, au nombre d'une dizaine en république de Djibouti, sont depuis longtemps reconnus par les institutions nationales comme facteur de développement. Mais les initiatives privées ne bénéficient pas de la part de l'État de l'aide à la mesure de cette reconnaissance.

● Voies de progrès possibles

Il n'y a pas de charte mais il existe une grande tradition de protection de la nature à revaloriser et dont l'efficacité est plus performante que n'importe quelle loi moderne dans ce contexte.

Perspectives

Dittilou et l'agence Caravane du sel représentent l'expérience la plus ancienne de tourisme solidaire à Djibouti. Leur constat est que les actions prioritaires à mettre en œuvre pour favoriser le développement d'un tourisme responsable sont :

➤ la formation des guides ;

➤ l'inventaire des sites archéologiques et historiques de Djibouti ;

➤ l'appui technique et financier aux campements d'écotourisme, dans leur recherche d'une architecture adaptée à leur environnement alliant confort et accessibilité ;

➤ une réelle politique du tourisme au niveau national.

Baragoïta Saïd
Tél. : 253 35 6618 ou 81 04 88
E-mail : caravane@intnet.dj

Contact en France
Aden
Tél. : 33 (0)1 48 51 71 56
E-mail : aden@club-internet.fr

Liban

Projet Al Jord

Contexte

La région d'Al Jord au nord du Liban s'étend sur une superficie de 150 km² à une altitude variant entre 1 500 et 3 089 mètres. Elle est habitée par une population transhumante appartenant à trois structures familiales (tribus, familles et Bédouins) de différentes confessions.

La région est unique du fait de ses paysages et de ses forêts centenaires de cèdres, genévriers et sapins. Cette région était connue pour la culture du cannabis. L'interdiction de cette culture il y a dix ans et l'incapacité pour la population à trouver des revenus de substitution ont aggravé les difficultés de la population et augmenté la déforestation. Les difficultés que rencontre cette zone sont : isolement, déscolarisation, agriculture non rentable, déforestation, incapacité d'accéder aux soins médicaux, chômage et exode rural.

Le projet concerne onze communautés durant les six mois de migration de l'été (zone intensive), et vingt-deux communautés durant les six mois d'hiver (zone semi-intensive).

En été, un total de 300 familles bénéficie directement des activités de Mada. Cent familles supplémentaires en bénéficient directement ou indirectement pendant l'hiver. L'estimation des bénéficiaires directs et indirects est de 4 000 personnes réparties dans 33 communautés.

Projet touristique

Le projet repose sur deux entités articulées : Mada, qui est une association, et Al Jord, qui est une entreprise.

L'association Mada est concernée par le développement de la région au bénéfice de la population locale et la préservation de son environnement.

L'entreprise Al Jord S.A.L. devra constituer une entité économiquement viable et redistribuer localement une partie des revenus à travers des partenariats équitables et de l'emploi local. La société doit promouvoir, opérer et planifier des activités de tourisme responsable dans la région et répondre à des critères écologiques contraignants. La société opère à partir d'un site de 40 hectares situé à une altitude moyenne de 2 100 mètres, avec une vue unique sur un panorama de 150 km² de nature brute.

La préparation du projet a duré trois ans, dont une année à vivre parmi la population dans le but de comprendre les usages et les traditions. Ceci a permis de créer des liens sociaux et des relations qui ont aidé à réaliser ce projet.

Les éléments clés du projet sont les suivants :

➢ emploi local : 34 familles travaillent sur le projet ; 10 familles sont revenues vivre dans leurs terres car elles y ont trouvé du travail ;

➢ partenariat local : la principale tribu détient 25 % des parts de la société ;

➢ redistribution des bénéfices : l'association Mada détient 12 % de la société, donc 12 % des bénéfices seront réinvestis dans la région sous forme de programmes de développement ;

➢ vente de produits locaux : 19 familles sont concernées ;

➢ prix d'achat : les prix d'achat des produits agricoles par la société sont plus élevés que ceux du marché, et les cultures biologiques sont garanties d'achat ;

➢ responsabilité sociale : la société offre différents services à la population locale : transport, aide à la mise en place de microprojets, aide médicale, rapatriement sanitaire, aide à la construction ou restauration de maison, etc. La société assume des responsabilités sociales, tribales et familiales ;

➤ propriété des terrains : la société garantit la propriété des terrains, refuse tout système spéculatif relatif à sa présence, encourage les habitants à ne pas vendre leurs terres et protège les tribus et familles de petite taille de l'appétit des tribus dominantes.

Organisation locale

Ce projet a été initié par des Libanais de la région ou originaires d'autres régions libanaises.

Mada (ONG) et Al Jord S.A.L. ont été créées simultanément. Ces deux entités sont séparées mais interdépendantes, elles devront répondre aux défis du développement de cette région et s'efforcer de préserver le meilleur équilibre possible entre développement économique, besoin de la population locale et respect de l'environnement. Le projet actuel est un projet pilote sur trois ans, intégré à une initiative à long terme.

Mada et Al Jord partagent les mêmes objectifs concernant la préservation de l'environnement et la création d'opportunités économiques pour les habitants. L'équipe de Al Jord est membre volontaire de Mada, mais elle ne fait pas partie du corps de décision de l'association pour garantir à cette dernière une totale indépendance.

Cette approche du développement trouve son origine dans plusieurs raisons :

➤ impliquer le secteur privé libanais permet de compter sur des fonds locaux sans avoir à faire appel à de l'aide extérieure ;

➤ développer le tourisme équitable ou solidaire, car le but est de développer la région et non pas de l'exploiter.

Localement, le Mouvement social soutient fortement le projet.

Un premier partenariat a été créé avec La CD-thèque. Sur chaque CD vendu par ce disquaire (sélection de cinquante CD de qualité), une partie des bénéfices est investie dans un programme de reforestation géré par Mada ; en échange La CD-thèque apparaît sur les brochures de la société Al Jord.

Un programme similaire est en cours avec une autre société.

Partenariat

➤ CCFD (Comité catholique contre la faim et pour le développement) : soutien financier, observation des mécanismes de commerce équitable.

➤ Ademe (Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie) : soutien financier et technique.

➤ Fondation Heinrich Böll : soutien financier, programmes éducatifs et contacts à l'étranger.

➤ Ambassade de France : soutien pour une unité de production de Mouneh et cuisine traditionnelle ainsi que production agricole biologique.

➤ Ambassade de Suisse : soutien pour le recyclage des eaux usées à des fins agricoles.

Cependant, seul le CCFD a établi un réel partenariat, les autres institutions intervenant plutôt comme financeurs. Par contre, certaines personnes appartenant à ces institutions ont manifesté un réel intérêt pour le projet et ont apporté une aide, à titre personnel, pour trouver des solutions aux problèmes rencontrés.

Résultats

➤ Mise en place d'un plan de développement sur trois ans abordant sept secteurs (environnement, agriculture, opportunités économiques, ressources humaines, éducation, santé et héritage culturel).

➤ Organisation de plusieurs camps éducatifs pour les enfants de la région (2000-2003).

➤ Réintroduction d'espèces disparues dans la région (faisans).

➤ Création, avec les populations locales, d'une zone interdite à la chasse de 25 km².

➤ Aménagement de points d'eau pour usage domestique et agricole.

➤ Programme de reforestation.

Difficultés

L'entreprise Al Jord

➤ Les dépassements budgétaires, les coûts de construction ainsi que ceux relatif aux véhicules 4 x 4 ont été beaucoup plus importants que prévu.

➢ Le marketing auprès des touristes a été difficile.

➢ Le manque de véhicules 4 x 4 et de bus pour transporter les clients de Beyrouth constitue un problème.

➢ La gestion des conflits tribaux ainsi que la mentalité tribale ont constitué un frein.

➢ Les limitations budgétaires, qui obligent l'équipe à travailler à temps partiel sur d'autres projets pour subvenir aux besoins, se répercutent sur la qualité du travail.

L'association Mada

➢ Le financement des projets est difficile.

➢ Le financement des membres de l'association : pour l'instant tout le monde est volontaire, ce qui pose des problèmes de disponibilité.

➢ Le financement des véhicules : il est facile de trouver des financements pour des projets éducatifs réalisés de façon bénévole, mais pas pour acheter un véhicule.

➢ La gestion des conflits tribaux ainsi que la mentalité tribale posent problème.

Propositions

➢ Améliorer la commercialisation, encourager des touristes à venir pour des séjours plus longs.

➢ Créer des partenariats avec des tour-opérateurs.

➢ Encourager des sociétés étrangères à investir localement.

➢ Débloquer des fonds d'aide sans pré-conditions, utilisables par le secteur associatif et privé. Ces fonds devront être étroitement contrôlés, mais ils devront répondre à des besoins locaux selon des solutions imaginées localement et non répondre à des conditions imposées par le bailleur de fonds qui se trouve être en général déconnecté de la réalité.

Projet Al Jord c/o Mouvement social
Clément Nadim Zakhia
Im. Forest - 144 rue Alam - P.O. Box 116-5212
Badaro, Beyrouth (Liban)

Maroc

Tourisme rural dans les montagnes de peuplement berbère du Sud

➤ par Lahoussain Jamal et Nadia Bentaleb, Migrations & Développement

Une initiative de travailleurs migrants

Migrations & Développement (M&D) a été créée en 1986 à la suite de la fermeture de l'usine Pechiney de L'Argentière-la-Bessée, dans les Hautes-Alpes. La restructuration industrielle a frappé de plein fouet les immigrés. Certains d'entre eux ont alors décidé de retourner dans leur pays d'origine. L'association a accompagné dans leur projet de retour une cinquantaine d'immigrés d'Algérie, du Maroc et de Tunisie. Au Sud-Maroc, elle a lancé, en collaboration avec des immigrés installés en Provence, des Français travaillant pour EDF et des villageois marocains, l'électrification de huit villages de la province de Taroudannt.

Il s'agit d'une province montagneuse, à climat semi-aride, dont la population berbérophone, très touchée par une sécheresse endémique, continuait à vivre dans des conditions de marginalité extrême, sans électricité, sans eau potable ni assainissement, souvent sans dispensaire et parfois sans école. La région a toujours été un grand pourvoyeur de main-d'œuvre non qualifiée pour les grandes villes marocaines et pour l'Europe du Sud.

Dans chacun des villages avec lesquels travaillait M&D, la mise en place d'une association villageoise et l'introduction de principes de gestion villageoise ont, par la suite, rendu possible la réalisation d'autres projets de développement concernant les infrastructures (puits, routes, barrages, réseaux d'irrigation, etc.), le développement social (santé, éducation, etc.) ou l'environnement.

Les associations villageoises au Maroc et les migrants installés en Provence sont ainsi devenus, à travers un partenariat étroit et inscrit dans la durée, les véritables vecteurs d'un développement local des zones de montagnes du Sud.

Les résultats d'un processus participatif et partenarial

M&D travaille aujourd'hui dans les provinces de Taroudannt, Tata, Tiznit, El Haouz, Marrakech et Ouarzazate, avec un réseau de 690 villages. Elle appuie directement 242 associations villageoises qui ont réalisé plus de 200 projets ayant bénéficié à 174 000 ruraux.

L'action de M&D et des associations villageoises s'est d'abord traduite, jusqu'à la fin des années 90, par la réalisation d'infrastructures de base : électrification de villages (110), construction de barrages collinaires (14), aménagement de routes de montagne (100 km), construction de hammams (12) et de centres féminins (12), creusement de centaines de puits. Mais l'action a aussi touché l'éducation (13 écoles non formelles), la santé, la formation de centaines de dirigeants des associations et d'élus locaux.

Les fondements méthodologiques de l'action de M&D sont restés les mêmes :

➤ un processus participatif qui fait que migrants en France et villageois au Maroc sont associés à toute la démarche. C'est ainsi que tout projet est autofinancé par les associations villageoises et les migrants à hauteur de 40 % ;

➤ une démarche partenariale qui, au niveau local, associe les organisations villageoises, les communes rurales, les services déconcentrés de l'État, les institutions d'appui (recherche, formation, etc.) ;

➤ une dynamique d'échanges constants entre le Sud-Maroc et la Provence (migrants, villageois marocains, techniciens des chambres d'agriculture, des ONG, des écoles, des universités, des syndicats français).

Vers un développement durable

Une évaluation participative, financée par l'Union européenne, a débouché sur un « Plan d'action concerté de la province de Taroudannt - PACT 2010 ». Ce plan, appuyé sur la « Charte de développement durable de la province de Taroudannt », a été approuvé fin 2000 par les 159 organisations.

Le PACT 2010, premier plan participatif de développement régional durable au Maroc, conforte les actions antérieures : infrastructures, environnement, santé, éducation, formation, mais il donne de plus en plus d'importance à deux aspects fondamentaux pour l'avenir de la région :

➤ la création d'emplois et la génération de revenus à partir de deux axes : l'agriculture et l'agro-artisanat d'un côté, le tourisme rural de l'autre ;

➤ l'appui aux dynamiques locales autonomes de développement, donnant une large place au renforcement des ressources humaines, en particulier par l'animation et la formation.

Une Maison du développement local, construite à Taliouine, au cœur de la zone, en est le support permanent. Elle est cogérée par les associations villageoises, les communes rurales et leurs partenaires locaux.

Des auberges rurales communautaires

L'action de création d'emplois locaux et de valorisation des ressources agricoles locales se traduit par la mise en place d'ateliers pilotes de valorisation de l'olive, de l'argan, du safran, des dattes, du henné. Ces ateliers locaux, créés par des groupements paysans, transforment les matières premières agricoles afin de garder sur place la valeur ajoutée et les emplois. Ils visent à une production biologique certifiée, écoulée prioritairement dans les circuits du commerce équitable.

Cela se traduit également par la mise en place d'une vaste opération d'appui à un millier de femmes tisserandes qui produisent les tapis berbères (sensibilisation à leurs droits, formation technique, équipement, création de coopératives de vente).

Cela se traduit enfin par la création d'un consortium d'exportation qui regroupe les coopératives et les unités de production, et par une plateforme de distribution des produits en Europe, basée en France.

Dans le même temps, la mobilisation des groupes de migrants en France a pris une ampleur conséquente avec la mise en place des dix-huit auberges rurales et des chambres d'hôte du projet Tourisme rural. Ces infrastructures communautaires, dont dix sont actuellement en construction, sont cofinancées par les migrants de France, les associations villageoises, l'Union européenne et l'Agence marocaine de développement social (ADS), maître d'ouvrage du projet.

Une organisation en réseau

Chaque village partenaire, après concertation et débat, a préalablement approuvé la « Charte du tourisme solidaire », élaborée avec la participation des présidents d'association, des maires des communes rurales et l'appui de M&D. Une « convention de partenariat » lie, par la suite, l'association villageoise avec M&D. Les villages qui participent au projet sont organisés en réseau : le « Ratso[50] ».

Les associations villageoises, les partenaires migrants du projet et M&D sont en train de constituer la Coopérative berbère de services touristiques, qui est destinée à assumer une fonction d'agence réceptive régionale. Basée dans la Maison du développement de Taliouine, elle veillera tout particulièrement au respect du cahier des charges et à la qualité des services fournis par les auberges et les familles qui accueillent des clients en chambres d'hôte.

Une clientèle franco-italienne d'agences associatives

Dès 2001, avant le démarrage de la construction des auberges, des voyages tests ont été organisés, en partenariat avec des agences associati-

50 Réseau des associations villageoises de tourisme solidaire.

ves, pour de petits groupes de voyageurs volontaires. Ces voyages ont permis aux villageois de comprendre ce que signifiait un processus de développement touristique durable. Il a permis aux agences associatives européennes de mettre au point et de tester des circuits. Ils ont montré le très grand potentiel de cette région, en particulier pour de petits groupes de voyageurs (6 à 10) qui souhaitent une immersion dans une région magnifique et peu connue, au contact permanent avec la population.

Plusieurs agences de France et d'Italie proposent maintenant le produit « circuit en pays berbère au Sud-Maroc » à faire généralement à pied ou en randonnée muletière. M&D, de son côté, a obtenu un agrément Loisirs Vacances Tourisme pour pouvoir proposer directement des « voyages solidaires et responsables ».

Migrations & Développement
Tél. : 33 (0)4 95 06 80 20
E-mail : md.france@migdev.org

Tourisme solidaire, tourisme communautaire : l'émergence d'un mouvement mondial

➤ par Jean-Marie Collombon, Gret

Depuis quelques années, au fur et à mesure que se développe un tourisme de plus en plus globalisé et capitalistique, les remises en cause des processus classiques de développement touristique se renforcent, tandis que l'ampleur des dégâts provoqués dans les pays en développement, par un « tourisme prédateur », apparaît de plus en plus clairement.

Un véritable mouvement mondial est en train d'émerger, qui s'appuie sur les ONG, du Nord comme du Sud, et sur les organisations rurales. Des réseaux nationaux et internationaux s'organisent et se renforcent. Ce mouvement est étayé par les Nations Unies. L'OMT, l'Unesco, le BIT[51], le PNUE et même la Cnuced multiplient les initiatives. Les agences de coopération et de développement de plusieurs pays de l'Union européenne s'y intéressent de près.

Sur le terrain, le mouvement est appuyé par des gouvernements locaux qui ont compris que le tourisme rural, le tourisme vert, l'écotourisme, le tourisme durable, responsable ou communautaire, pouvaient constituer autant de façons d'apporter des revenus nouveaux à des populations qui s'enfoncent dans la spirale de l'appauvrissement.

Les quelques exemples qui suivent, bien que limités, ont pour objet de montrer comment se développe ce mouvement mondial, fortement ancré à l'heure actuelle en Amérique latine, mais qui émerge également en Afrique de l'Ouest, dans la corne de l'Afrique, sur le pourtour de la Méditerranée ou en Europe de l'Est.

Les réseaux d'entreprises communautaires du Mexique

Le Mexique est sans doute l'un des pays qui, en Amérique latine, a le plus progressé ces dernières années en matière de tourisme rural communautaire, c'est-à-dire un tourisme organisé par les communautés rurales qui réalisent les investissements dans leurs villages, seules ou avec l'aide d'ONG ou de gouvernements locaux et qui gèrent elles-mêmes les établissements et les activités complémentaires au profit de la communauté.

Ce succès tient à la conjonction de deux facteurs principaux. Le premier est que l'État mexicain, par le truchement du ministère du Tourisme –

[51] Bureau international du travail.

Sectur[52] – et de son département de Tourisme alternatif, appuie depuis 2000 la création et le renforcement d'entreprises écotouristiques de tourisme gérées par les communautés indigènes. Le réseau compte actuellement près de 400 entreprises qui sont réunies toutes les années par Sectur, pour une rencontre de deux jours.

Le deuxième facteur clé est l'action d'associations comme Bioplaneta qui regroupe des ONG (environnement, santé, agriculture, culture) et des entreprises communautaires qui sont allées plus loin dans le processus d'organisation et de mise en réseau.

Les entreprises communautaires mexicaines de tourisme sont organisées en cinq réseaux par région agro-écologique : le réseau Pueblos Mancomunados dans la sierra de Oaxaca (côte pacifique) et le réseau des Tuxtlas de l'État de Veracruz sur la côte Atlantique en sont les principaux. Le réseau s'étend actuellement au Chiapas, sous l'action de Casfa[53] et du ministère du Tourisme de l'État[54], et dans divers autres États mexicains.

Ces entreprises communautaires allient souvent une capacité d'accueil touristique (hébergement, restauration, accompagnement des voyageurs, activités diverses de découverte de la nature) avec une activité de transformation des matières premières disponibles (productions agroalimentaires, cosmétiques, etc.) et une activité de vente locale, en particulier aux touristes.

Le réseau brésilien du tourisme communautaire

Le pôle Économie solidaire de l'ambassade de France au Brésil a organisé, en juillet 2003, à Brasilia, une rencontre entre une dizaine d'organisations brésiliennes de tourisme rural et les ministères concernés par le développement touristique. Les organisations participantes avaient été identifiées lors d'une rencontre sur l'écotourisme à Fortaleza début 2003.

Une forte délégation a représenté les organisations brésiliennes au FITS 2003 en Provence. Au retour, différentes rencontres ont eu lieu entre les représentants de ces organisations, autour d'un noyau dur constitué dans le nord-est du pays, dans l'État du Ceara en particulier.

Le Réseau brésilien du tourisme solidaire et communautaire regroupe des organisations de pêcheurs de la côte du Ceara comme Prahina do canto verde, des organisations rurales comme Acolha na Colonia, des organisations urbaines comme Palmatur, seule agence de tourisme communautaire située dans les favelas de Fortaleza et qui propose visites et séjours dans les quartiers marginalisés de la ville, ou encore MSTur, l'organisation de tourisme du Mouvement des Sans Terre du Brésil.

Le réseau Tourisme solidaire émerge en Bolivie

C'est à l'initiative des participants boliviens au FITS 2003 en Provence, tous représentants de communautés indigènes, que le réseau bolivien du tourisme solidaire a commencé à émerger début 2004. L'ambassade de France, saisie par les Boliviens à leur retour de France, en octobre 2003, leur a promis un concours logistique et financier pour l'organisation d'une rencontre nationale.

Après six mois de repérage des organisations boliviennes porteuses d'un projet de tourisme, l'organisation Coraca Protal organisait à Cochabamba, en juin 2004, la première rencontre nationale. Cofinancée par l'ambassade et la préfecture de Cochabamba, la rencontre réunissait, pendant deux jours, les représentants de soixante-quinze organisations communautaires, représentatives de toutes les régions du pays. À l'issue de la rencontre, la décision était prise par les participants de créer le Réseau bolivien du tourisme solidaire.

Le réseau se fixait quatre axes de travail :

➤ l'inventaire des groupes porteurs de projets de tourisme communautaire ;

52 Secretaria de Turismo.

53 Cette association, basée à Tapachula, appuie depuis des années le mouvement coopératif des indigènes de la Sierra de Motozintla. Ils sont actuellement plus de 25 000 indigènes organisés au sein du réseau Maya, la Red Maya. Tous leurs produits sont certifiés bio et largement commercialisés dans les réseaux du commerce équitable.

54 Le Gouvernement du Chiapas va financer 64 projets de tourisme communautaire.

➤ la réalisation d'une rencontre annuelle des membres du réseau ;

➤ la mise en place d'un site et d'un bulletin de liaison ;

➤ l'organisation d'un programme de formation utilisant comme bases les entreprises communautaires de tourisme déjà en fonctionnement, comme Mapajo ou Chalalan.

Un engagement a été pris par l'ambassade et par l'organisation Praia – Programme régional d'appui aux indigènes d'Amazonie – de cofinancer le réseau pendant les prochaines années. Des fondations et des coopérations bilatérales devraient s'y adjoindre. La première réunion du réseau national aura lieu début 2005.

Une fédération internationale des entreprises communautaires de tourisme

Depuis la fin des années 1990, l'Organisation internationale du travail (OIT) s'intéresse au tourisme communautaire[55]. Sur financement de l'OIT, un premier projet d'appui aux entreprises communautaires de tourisme a été réalisé dans les pays andins. Un autre projet, qui concerne les cinq pays d'Amérique centrale, vient de débuter.

Par le biais de la « Déclaration de Otavalo » (Équateur) en 2001 et de la « Déclaration de San José » (Costa Rica) en 2003[56], le mouvement des entreprises communautaires a affirmé haut et fort son éthique, sa politique, sa stratégie, ses principes et s'est fait connaître. Il se renforce de jour en jour. Ce processus a abouti à la constitution de la Fédération internationale des entreprises de tourisme communautaire, qui regroupe ces organisations de base. Née en Amérique latine, elle a vocation à s'étendre au reste de la planète.

En parallèle, l'OIT a mis en place le réseau Redturs (cf. encadré page 94). Ce sont plus de 150 entreprises communautaires de sept pays latino-américains qui sont présentées sur le site Internet de Redturs. Ce site contient plus de 6 000 pages d'information en anglais et en espagnol sur les entreprises de tourisme communautaire du réseau et sur les services qu'elles offrent.

Tout voyageur, désireux de se rendre en Amérique latine et de vivre une expérience de partage d'une tranche de vie avec la population d'un village latino-américain, peut trouver sur ce site toutes les informations qui lui seront nécessaires pour organiser un voyage exceptionnel. Il achète alors un vol « sec » auprès d'une compagnie de charters, monte son itinéraire et organise son voyage par Internet. Fin 2005, la plupart des entreprises communautaires de tourisme des pays d'Amérique latine auront été répertoriées sur le site de l'OIT.

En parallèle, l'OIT, dont la mission est centrée sur l'emploi et la génération de revenus, met en place des formations spécialisées, élabore et diffuse des manuels de gestion des entreprises communautaires de tourisme, appuie l'organisation du mouvement à l'échelle de l'ensemble des pays d'Amérique latine et des Caraïbes.

Au Burkina Faso, une Union nationale des villages d'accueil

Si l'Afrique semble encore en réel décalage par rapport à l'Amérique latine, elle abrite tout de même des initiatives d'un grand intérêt.

En Afrique de l'Ouest, l'expérience burkinabé constitue, depuis plusieurs années, une référence. Artodev, association burkinabé et son partenaire français TDS – Tourisme et développement solidaires – ont créé le réseau des « Villages d'accueil ». Au total, six villages d'accueil sont actuellement en fonctionnement : quatre au Burkina Faso et deux au Bénin. Les responsables burkinabés des villages d'accueil viennent de créer l'Unav – Union nationale des villages d'accueil.

En 2003, une rencontre régionale organisée à l'initiative d'Artodev et avec l'appui du ministère burkinabé du Tourisme, des Arts et de la Culture et du ministère français des Affaires étrangères, a regroupé à Ouagadougou des participants de sept pays de la région : Bénin, Burkina Faso, Ghana, Mali, Niger, Sénégal et Togo. Un réseau ouest-africain émerge.

[55] À l'initiative de Carlos Maldonado, sociologue équatorien, chef de mission OIT au Pérou.

[56] Cf. textes en annexes.

Les réseaux de tourisme des montagnes marocaines

En Afrique du Nord, c'est au Maroc que le tourisme rural, fondé sur la randonnée dans le Haut Atlas, a commencé à se développer il y a des années, avec l'appui d'organisations du Nord, comme le Club alpin français ou Tétraktys, de Grenoble.

Depuis trois ans, des projets particulièrement novateurs prennent corps dans le Sud-Maroc. L'association franco-marocaine Migrations & Développement est en train de construire dix-huit auberges rurales communautaires et des chambres d'hôte avec l'appui financier des migrants, de l'Union européenne et de l'Agence marocaine de développement social.

Des agences associatives de France (Croq'Nature, Couleur sensations) et d'Italie (Viaggi Solidali) y organisent des voyages. Un réseau de vingt-quatre villages berbères s'est constitué. Les partenaires : associations villageoises, migrants, Migrations & Développement sont en train de créer la Coopérative berbère de services touristiques.

En Méditerranée et en Europe de l'Est, une initiative du CCFD

Depuis une dizaine d'années, le Comité français contre la faim et pour le développement appuie les initiatives que des ONG et des groupes de base, de Méditerranée et des pays d'Europe de l'Est, prennent en matière de développement touristique local. En 2000, le Comité a organisé une première rencontre de ses partenaires à Imilchil au Maroc. Fin 2004, il les réunit à nouveau à Dubrovnik en Croatie. La quinzaine d'organisations invitées viennent d'Algérie, d'Albanie, d'Arménie, de Croatie, d'Égypte, du Liban, du Maroc, de Palestine, de Syrie et de Tunisie.

Cette rencontre a pour objectifs d'évaluer l'état d'avancement de la réflexion et des projets en matière de tourisme solidaire des partenaires de cette zone, de consolider les offres de produits du tourisme solidaire des associations partenaires et d'élaborer une stratégie commune de promotion en réseau.

La rencontre, qui aborde des thèmes essentiels comme l'évaluation du potentiel et des contraintes des différents partenaires, l'entreprenariat en tourisme solidaire, la promotion des initiatives, les mesures d'accompagnement, la professionnalisation des acteurs ou le rôle d'un réseau euro-méditerranéen de partenaires et alliés, devrait contribuer à étayer le réseau qui émerge en Méditerranée et en Europe de l'Est.

Dans la corne de l'Afrique, un réseau régional en devenir

La république de Djibouti constitue, depuis plusieurs années, le terrain d'expérimentation de plusieurs initiatives franco-djiboutiennes de tourisme solidaire et responsable, parmi lesquelles celle de l'Aden[57] ou de l'Addla à Assamo.

Les régions d'Assamo au Sud et de Bankoualé-Ardo au Nord font l'objet d'une approche intégrée « Agenda 21 local ». Un séminaire d'échanges, de sensibilisation et de promotion sera organisé en 2005 à Djibouti avec l'appui de l'Unesco. Des représentants d'Érythrée et d'Éthiopie devraient y participer, prémisse d'un futur réseau régional.

En Europe, un réseau à construire

En Europe, c'est le réseau italien qui fait figure de pionnier (cf. encadré page 97). En France, les efforts conjugués de l'Unat et de la CPTR, appuyés par le ministère du Tourisme et le ministère des Affaires étrangères, tendent à structurer le réseau des acteurs, en particulier les agences de tourisme concernées par cette approche. Un certain nombre d'entre elles se sont d'ailleurs regroupées au sein d'une structure associative.

Des échanges entre les français et les italiens sont fréquents, mais de gros efforts sont encore à réaliser pour interconnecter les réseau nationaux européens et atteindre au degré d'organisation des réseaux latino-américains.

[57] Cf. étude de cas page 77 et suivantes.

Un deuxième Forum mondial du tourisme solidaire en préparation pour fin 2005

C'est au Mexique que le prochain Forum international « Tourisme solidaire et développement durable » – FITS 2005 – aura lieu. Trois ans après le FITS 2003 réalisé en Provence, il permettra aux porteurs de ces initiatives, comme aux ONG, aux gouvernements locaux, aux agences bilatérales de coopération et aux organisations des Nations Unies de se retrouver pour un nouveau temps fort de rencontres et d'échanges.

Il aura comme objectif central le renforcement du mouvement mondial en faveur d'un « autre tourisme ». Celui-ci a maintenant des racines profondes dans bien des terroirs du monde et des ramifications dans les étages supérieurs de bien des gouvernements et de bien des agences de coopération.

Les porteurs de projets, communautés ou ONG, encore isolés les uns des autres il y a quelques années, sont maintenant de plus en plus souvent associés dans des réseaux qui favorisent des synergies nouvelles. À l'évolution d'une demande qui recherche des produits touristiques plus éthiques et plus équitables, correspond de plus en plus une offre communautaire qui s'étoffe et qui s'organise. Elle devra rapidement s'adosser à des unions nationales et régionales, elles-mêmes intégrées dans une fédération mondiale des entreprises communautaires de tourisme, pour faire entendre leur voix.

Et c'est là l'élément nouveau. Car le mouvement ne pourra survivre que s'il sort de la marginalité, si les entreprises communautaires se renforcent et proposent une offre de qualité, certifiée par des organisations indépendantes et si elles se fédèrent pour mieux se faire connaître et utiliser à leur profit les ressources des technologies de l'information.

Mais tout cela ne sera possible que si les gouvernements nationaux et locaux :

- comprennent que le tourisme industriel a des limites ;
- acceptent d'équilibrer leur soutien en faveur des initiatives locales ;
- adaptent des législations qui, par leur rigidité, pénalisent actuellement les organisations communautaires ;
- apportent les moyens financiers qui leur sont indispensables au démarrage.

Les organisations nationales et internationales de coopération pour le développement doivent comprendre le rôle de levier que peut jouer ce tourisme dans le « développement local durable des territoires » et mobiliser à leur tour les soutiens internationaux pour conforter les initiatives locales et les réseaux à tous les niveaux.

REDTURS

Le réseau pour le développement du tourisme durable avec les peuples indigènes et les communautés rurales d'Amérique latine

➤ Antécédents

Avec le développement du tourisme de masse, les communautés indigènes et rurales d'Amérique latine doivent faire face à de nouvelles difficultés qui mettent en péril leur environnement et leur héritage social et culturel. Complètement exclues des institutions et des décisions politiques et économiques, ces communautés accèdent difficilement au marché international et ne peuvent tirer aucun avantage des nouvelles opportunités qu'il offre. L'OIT a donc lancé un programme d'encouragement à une plus forte participation des communautés dans le secteur touristique. L'objectif est de leur faciliter l'accès au marché, aux services et aux réformes politiques afin qu'elles prospèrent au sein d'un cadre constitué par leurs propres priorités.

➤ Objectifs

L'objectif à long terme de Redturs est d'introduire les concepts et les pratiques de développement durable en vue de réduire la pauvreté, avec l'aide du secteur touristique. L'idée est de rendre compatibles les objectifs d'efficience économique et ceux d'équité sociale, de respect des cultures locales et de préservation des ressources naturelles. La mission spécifique de Redturs est d'aider à l'amélioration des conditions de vie et de travail des communautés indigènes et rurales, par un meilleur accès à l'information, au marché, aux formations, aux crédits et par un dialogue renforcé entre les communautés, les entreprises privées et les institutions publiques.

➤ Principaux résultats

Au cours de sa première phase d'activité (2000-2001), Redturs a obtenu les résultats suivants :

– élaboration d'outils méthodologiques pour un accès au développement durable, économique, social, culturel et environnemental des communautés à travers l'expérience touristique ;

– étude de vingt-quatre cas en Bolivie, en Équateur, au Guatemala et au Pérou. Un document résume les leçons tirées de l'étude et illustre l'importance des initiatives touristiques générant de nouvelles opportunités économiques et d'autres bénéfices pour les plus pauvres. De nombreux résultats positifs sont mis en valeur tels que : la diversification économique, l'augmentation des revenus, la création d'emplois, la formation, l'amélioration de la protection sociale et les alliances bénéfiques entre les communautés et le secteur privé. Les limites de ces projets sont également soulignées : manque de conscience dans les implications commerciales et les stratégies commerciales, insuffisance de formation, investissement limité dans les infrastructures et disparité dans la distribution des bénéfices. Les principales difficultés à terme semblent être la viabilité économique des projets et la préservation de la cohésion sociale ;

– échange de connaissances et d'expériences grâce aux travaux de trois réunions nationales et d'un séminaire international avec la participation des représentants des organisations indigènes, des municipalités rurales, des tour-opérateurs privés, des ONG et des institutions publiques et académiques.

Au terme de cette première phase, un plan stratégique a été mis en place avec tous les partenaires afin de chercher des solutions aux problèmes identifiés et de développer un tourisme communautaire durable basé sur la compétitivité, l'équité et l'identité culturelle indienne[58]. .../...

[58] Cf. en annexe la déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif avec respect de l'identité culturelle, page 107.

En 2002, l'OIT a participé au Sommet international de l'écotourisme (Québec, mai 2002) et à la conférence régionale préparatoire de février à Lima, ce qui lui a permis d'affiner son expertise et ses préoccupations sur les thématiques suivantes : droit des peuples indigènes, pauvreté, création d'emplois, entreprise privée et promotion commerciale. Ces réunions ont de plus été l'occasion de bénéficier du soutien de l'OMT et du Pnud (Programme des Nations Unies pour le développement) à travers l'année internationale de l'écotourisme.

Au cours de la seconde phase (2002-2003), Redturs a complété et testé les outils élaborés et a poursuivi son engagement. Un calendrier et une administration consacrée au tourisme au sein des petites municipalités ont été mis en place afin de promouvoir et mettre sur le marché les destinations touristiques grâce à l'utilisation des nouvelles technologies de l'information. Le site « Portail des cultures vivantes » – Redturs – donne accès aux services spécialisés dans la promotion et la commercialisation des destinations du tourisme communautaire et dans la création et la diffusion de l'information.

Avantages obtenus grâce à un bon usage des nouvelles technologies et à une meilleure connaissance des opportunités du marché

L'OIT s'est activement engagée dans la promotion des nouvelles technologies de l'information afin d'augmenter les opportunités sur le marché international, de diffuser l'information et de partager des connaissances et des expériences entre les partenaires boliviens, équatoriens et péruviens. À la demande de nombre de représentants indiens ou d'organisations rurales, le réseau s'étend désormais à de nouveaux pays de la région comme le Brésil, le Guatemala, le Costa Rica et la Colombie.

Le site de Redturs (http://www.redturs.org) donne accès à de nombreux services de promotion des destinations touristiques communautaires. De plus, il fournit quantité d'informations sur les approches alternatives et les leçons retenues sur l'entreprise touristique par les communautés rurales. Il donne des conseils sur le plan juridique et des politiques publiques nationales et locales pour le tourisme. Il fournit un ensemble de références bibliographiques et propose un bulletin et des pages interactives remises à jour régulièrement. Ces services ont facilité de nombreuses opportunités commerciales pour des centaines de petites et moyennes entreprises communautaires dans les zones rurales comme urbaines. Le développement du site devrait contribuer à l'accroissement de la visibilité du travail de l'OIT et de son impact.

Sur invitation del'OIT, les représentants des communautés indigènes et rurales de Bolivie, du Brésil, du Costa Rica, de l'Équateur et du Pérou se sont retrouvés en octobre 2003 pour une réunion qui a abouti à la « Déclaration de San José »[59] sur le tourisme rural. Cette déclaration invite les institutions nationales et les agences internationales de coopération à joindre leurs efforts pour renforcer Redturs. La mission de Redturs est de consolider et d'étendre localement, nationalement et régionalement des réseaux de tourisme communautaire indigène et rural par un accès facilité à certains services afin de développer durablement la micro-entreprise touristique. Un secrétariat technique devrait être créé pour assurer le suivi avec la coopération internationale et pour soutenir les organisations dans la résolution des tâches prioritaires.

➤ Perspectives et partenariats

Les membres de Redturs ont déterminé les priorités pour les années à venir. Un programme trisannuel concentrera ses efforts sur deux axes principaux et des objectifs complémentaires :

– renforcement et développement de services touristiques ruraux compétitifs (objectif axé sur l'offre) ;
– facilitation et augmentation de l'accès au marché international pour les entreprises communautaires (objectif axé sur la demande).

.../...

[59] Cf. annexe page 109.

Pour le premier objectif, la stratégie est de :

– consolider l'organisation locale, nationale et régionale du réseau des entreprises touristiques communautaires pour renforcer leur capacité à négocier avec les différents acteurs de l'industrie touristique (publique et privée, nationale et internationale) ;
– aider les communautés à mettre en valeur leur capital humain et social et augmenter la qualité des services offerts aux touristes ;
– apporter une assistance technique pour une meilleure administration et un meilleur développement de l'entreprise communautaire.

Pour le deuxième objectif, la stratégie marketing se développe en cinq axes :

– faciliter l'accès à l'information et à la communication afin de promouvoir et de commercialiser les destinations de tourisme communautaire (rendre plus visible le site Internet « Portail des cultures vivantes ») ;
– préparer et diffuser un guide touristique pour la promotion des destinations et des services aux communautés indigènes et rurales ;
– créer un logo commun et une marque afin de distinguer sur le marché les services touristiques des membres du réseau Redturs relevant des même objectifs et d'une même éthique ;
– faciliter l'accès aux marchés européens et internationaux par la participation aux foires et aux expositions internationales ;
– soutenir et conseiller la mise en place d'alliances et d'accords commerciaux nationaux et internationaux entre les communautés et les tour-opérateurs privés.

Un programme intensif devra être mis en place en Équateur, au Guatemala, au Honduras et au Nicaragua afin d'améliorer les outils techniques et administratifs de la petite et moyenne entreprise touristique communautaire et de renforcer les services locaux. Des conseils techniques seront fournis aux gouvernements locaux et régionaux, en commençant par le Guatemala, avec pour objectif de réfléchir à un cadre logique et donner les bases d'une politique plus dirigiste, institutionnelle et légale, d'encouragement à la création d'entreprises écotouristiques.

Dans le cadre de la stratégie de développement économique local basée sur le potentiel endogène, les avantages compétitifs des communautés locales seront stimulés de manière que les communautés et les coopératives deviennent instigatrices du tourisme durable et de la création d'emplois de qualité. Il s'agit principalement de soutenir la micro, petite et moyenne entreprise touristique dans ses efforts d'accroissement ou de création d'entreprise. L'intention est de défendre les intérêts de ses membres par l'amélioration des politiques régionales et nationales d'accès aux infrastructures, aux services publics, à l'information, aux nouveaux marchés et aux formations. D'ores et déjà, des activités de soutien à la création et au développement de réseaux nationaux du tourisme communautaire ont débuté en Équateur, au Brésil, au Costa Rica et au Guatemala.

L'établissement d'alliances stratégiques et de coopérations institutionnelles avec d'autres réseaux et agences internationales comme l'OMT, le Pnud, la FAO, l'Unesco, le Conpeht[60] et l'IICA[61], parmi d'autres, permet de relever plus efficacement le défi d'un tourisme durable respectant l'équité sociale et l'identité culturelle.

---

[60] Confédération panaméricaine des écoles d'hôtellerie et de tourisme.

[61] Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture de Turrialba au Costa Rica.

L'EXEMPLE ITALIEN : UN RÉSEAU STRUCTURÉ DE TOURISME RESPONSABLE

par Rémi Bellia[62] et Nadine Richez-Battesti[63]

Le tourisme responsable en Italie est issu d'un mouvement de contestation du fonctionnement du tourisme de masse porté par un ensemble d'acteurs hétérogènes du point de vue de leur mode d'organisation et de leurs valeurs : ONG de coopération internationale de volontariat d'inspiration catholique, organismes de tourisme social, coopératives de services et de tourisme, associations de défense des consommateurs, des handicapés, coopérative de commerce équitable.

Au départ, dans la deuxième moitié des années 80, leur objectif était de sensibiliser les parties prenantes impliquées dans l'activité touristique (les voyageurs, les organisations de tourisme et les populations locales) aux externalités négatives du tourisme et à la nécessité de conduire un projet novateur par rapport au fonctionnement contesté du tourisme de masse. Ils ont ainsi à la fois analysé le contexte, identifié ce qui était susceptible de les unir et de les séparer et donc créé les conditions de la convergence et du compromis : « Nous étions d'accord sur tout ce que l'on ne voulait pas. (…) Nous partagions une volonté commune et au lieu de nous disperser sur les nombreux désaccords que nous avions, nous nous sommes concentrés sur les quelques points sur lesquels nous étions d'accord et sur les forces et les volontés que chacun pouvait apporter » (entretien avec le président d'AITR).

Dès 1997, lors d'un forum du tourisme responsable, une « Charte du tourisme responsable » est adoptée, décrivant les principes fondateurs du tourisme responsable et exprimant la convergence des acteurs. Cette charte, coproduite par les différents acteurs en présence (une dizaine de grosses fédérations d'obédiences idéologiques très diverses), s'apparente à un investissement de forme.

Les membres fondateurs de l'Agence italienne de tourisme responsable AITR (1998)

- L'ANCST : association de la Legacoop qui représente les coopératives du secteur du tourisme et des services.
- Quatre ONG de coopération internationale de volontariat qui développent des projets de développement économique dans différents pays en développement, dont Ram créée en 1987 et première ONG à avoir expérimenté des formes de voyage responsable.
- Le CTS, l'une des plus importantes associations italiennes de la jeunesse et du voyage, dont l'action en termes de protection de l'environnement est reconnue au niveau national.
- Deux associations dédiées à l'écologie qui représentent la majorité du mouvement écologiste italien (WWF Italie et Legabiente).
- Enfin l'Ecpat et le journal Terre di Mezzo, qui organisent des campagnes d'information et de dénonciation du tourisme.

Dans son processus d'élaboration, la charte a permis le développement de controverses, puis de compromis contribuant à formaliser, puis à ajuster le projet commun des différents opérateurs. Un an après l'adoption de cette charte, en 1998, les associations signataires créent l'Association italienne du tourisme responsable (AITR) dont l'objectif est de fédérer l'ensemble des initiatives de tourisme solidaire en Italie et d'élargir le réseau (une cinquantaine d'adhérents en 2003). Elle a …/...

[62] Secrétaire général de l'association Marco Polo, Tourisme, Échanges et Développement. Membre de l'équipe d'organisation du FITS 2003.

[63] Maître de conférences en Économie sociale, Faculté des sciences économiques et de gestion, Université de la Méditerranée à Marseille.

pour mission la promotion, l'information, ainsi que le lobbying auprès des pouvoirs publics et l'éducation au tourisme responsable. À bien des égards, elle s'apparente à « un incubateur, un intégrateur de projets »[64], dont l'objectif est de coordonner « une multitude de projets, associant des personnes variées dont certaines participent à plusieurs projets ». De ce point de vue, AITR illustre explicitement la « cité par projets ».

Deux consortiums d'agences de voyages dédiés au tourisme responsable (Centro Turismo Acli Volontario per le sviluppo – CTAvps – et Pindorama) ont été créés pour commercialiser les voyages de tourisme responsable. CTAvps diffuse trois types de voyages responsables : des voyages solidaires pour découvrir et soutenir des projets de développement, des voyages responsables pour découvrir un pays et sa population en favorisant les retombées locales, et enfin des voyages de connaissance et de participation au travail des ONG catholiques de coopération internationale.

Les évaluations réalisées après chaque séjour par les trois parties prenantes que sont les organisations au Nord et au Sud et les touristes devraient déboucher dans les mois à venir sur la mise en place d'une grille d'évaluation commune et sur une certification des voyages. On observe ainsi un double mouvement de normalisation de l'activité de service et de labellisation de la qualité qui s'inscrit dans une logique de coproduction avec l'ensemble des parties prenantes, plus que d'imposition par une organisation fédérative.

Dans la construction du tourisme responsable, la question de la nécessaire transformation des comportements des organisateurs de voyage, de populations locales et des touristes a été essentielle en Italie. Trois types d'outils sont construits pour tenter d'infléchir ces comportements. En premier lieu, la « Charte du tourisme responsable », affichée et reconnue par tous, est considérée comme un intermédiaire dont un des objectifs est d'orienter les comportements des trois parties prenantes que sont les associations du Nord, les collectifs du Sud et les touristes. En second lieu et en référence aux principes affichés et reconnus par la charte, des évaluations avant, pendant et après chaque voyage sont réalisées. Enfin, des campagnes de sensibilisation sur les externalités négatives du tourisme et sur le comportement des touristes sont conduites régulièrement par l'AITR, aussi bien dans la presse à grand tirage au niveau national que dans les organes de presse spécialisés qui entretiennent des relations avec l'AITR.

Le Forum annuel du tourisme responsable constitue aussi une opportunité d'échange, de mobilisation et d'information. Il contribue à la construction d'une « mémoire organisationnelle » (Foray) et au partage des savoirs indispensables dans le cadre de connaissances partiellement codifiées et souvent tacites.

En Italie, on est donc en présence d'un double niveau de coconstruction de l'activité touristique : une coconstruction en interne entre les différentes associations de tourisme responsable et une coconstruction en externe entre les différentes parties prenantes et notamment avec les touristes. Cette coconstruction s'accompagne de la diffusion d'un socle de valeurs et d'un processus de normalisation dont la charte, puis le processus de certification, sont les vecteurs. La spécificité du mode de structuration du tourisme responsable italien semble résider dans une forte structuration dans le cadre d'un réseau ayant rendu possible la construction d'une filière du tourisme responsable caractérisée par la coexistence d'organisations dédiées et d'organisations autres.

Ce mode d'organisation a rendu possibles les échanges d'expérimentation, la construction conjointe d'apprentissages puis la mutualisation des savoir-faire, tout en facilitant la création de structures opportunes en fonction des besoins.

---

[64] Boltanski, Chiapello, 1999, p. 164.

L'EXEMPLE FRANÇAIS : LES ACTIONS MENÉES PAR L'UNAT ET LA CPTR

Depuis plusieurs années, l'Unat est engagée dans des actions de soutien au tourisme solidaire et responsable. Elle y est associée avec la Conférence permanente du tourisme rural.

Ses principales actions sont les suivantes :

– la mise en réseau des opérateurs au niveau national ;
– l'animation d'un groupe de travail sur les questions de communication et de commercialisation ;
– la réflexion autour d'un système d'identification, de qualité et de contrôle des différents produits touristiques ;
– les relations et les partenariats internationaux ;
– les actions de communication et promotion (organisation d'événements, participation à des salons, élaboration des documents d'information, etc.) ;
– les actions de sensibilisation et de formation ;
– le « lobbying » ;
– la constitution et la mise à disposition d'un dossier d'information (documents, bibliographies, répertoire de sites Internet, etc.).

Dans le cadre de la promotion et du soutien au tourisme solidaire et responsable, l'Unat travaille étroitement avec les ministères (spécialement le ministère des Affaires étrangères et le ministère du Tourisme) et avec différents partenaires sociaux comme la Plate-forme du commerce équitable, l'Agence nationale des chèques vacances (ANCV), les Confédérations syndicales et les comités d'entreprise. En collaboration avec la Conférence permanente du tourisme rural (CPTR), elle anime une commission sur le tourisme responsable et solidaire, ouverte à tous les acteurs œuvrant dans ce secteur (opérateurs, ONG, etc.).

➤ Commission Tourisme responsable et solidaire Unat-CPTR

La commission Tourisme responsable et solidaire Unat-CPTR est un lieu d'échange entre les acteurs impliqués dans le secteur du tourisme responsable et solidaire. Ils peuvent y faire des propositions pour développer ce type de tourisme et mettre en place des actions communes.

Cette commission est ouverte à tous les membres de la CPTR et de l'Unat ; elle est également ouverte aux opérateurs de tourisme solidaire, de tourisme rural et de tourisme « traditionnel » intéressés par la démarche et qui peuvent satisfaire aux exigences de la charte de l'Unat (de type associatif et coopératif), aux ONG de développement, et à différents partenaires (ministères, collectivités locales et acteurs de la coopération décentralisée, ANCV, comités d'entreprise, professionnels de la formation, experts, etc.).

Un groupe de travail, la « commission internationale », réfléchit aux moyens de contribuer au développement d'un tourisme responsable et solidaire, facteur de développement local, à partir de l'expérience du tourisme rural en France. Cette commission a construit une grille de lecture des démarches de tourisme responsable. Cet outil est mis à la disposition des institutions et des opérateurs œuvrant dans ce domaine. La commission se penche désormais sur la diffusion de cette forme de tourisme et des savoir-faire, par l'organisation de modules de formation et de sensibilisation destinée aux responsables du Nord engagés dans les coopérations décentralisées.

L'Unat, en collaboration avec des opérateurs et des ONG, a élaboré, sur la base des documents déjà existants, une grille d'analyse qui permet de cerner les voyages entrant dans ce concept de tourisme responsable et solidaire. Cette grille s'articule autour de quelques éléments fondamentaux : .../...

– sensibilisation des voyageurs ;
– respect de l'environnement et sensibilisation ;
– retombées économiques locales et choix de prestataires locaux ;
– rencontres avec la population locale ;
– implication dans un ou plusieurs projets de développement local.

Les grilles complétées sont soumises à un comité de pilotage constitué par les ministères partenaires, un représentant d'une ONG, un consultant spécialisé, un voyagiste de tourisme solidaire et responsable, l'Unat et la CPTR.

L'analyse des grilles a permis d'identifier trois « catégories » d'opérateurs :

– les opérateurs spécialisés de tourisme qui proposent des voyages correspondant aux critères du tourisme solidaire et responsable et qui s'inscrivent dans une dynamique de développement local et en concertation avec les populations concernées ;
– les associations qui, en France, mènent une activité de soutien à des projets de tourisme solidaire et responsable nés dans les pays émergents ;
– les structures d'appui qui contribuent à la promotion et à la commercialisation des voyages de tourisme solidaire et responsable, dont ils ne sont pas forcément les initiateurs.

➤ **Quelques produits mis à disposition par l'Unat**

– la brochure « D'autres voyages. Du tourisme à l'échange, répertoire de l'offre du tourisme responsable et solidaire » ;
– le site Internet : www.tourismesolidaire.org ;
– une base de données internationales ;
– CD-rom, documents de synthèse, etc. ;
– une bibliothèque avec un dossier spécifique à disposition du grand public.

Contact :

Unat, Carla Rasera
75015 Paris, France
Tél. : 33 (0)1 47 83 48 27 - Fax : 33 (0)1 45 66 69 90
E-mail : c.rasera@unat.asso.fr
Site Internet : www.unat.asso.fr

Annexes : pour en savoir plus

- Annexe 1 : Charte du tourisme durable
- Annexe 2 : Déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle
- Annexe 3 : Déclaration de San José sur le tourisme communautaire rural
- Annexe 4 : Charte tourisme rural solidaire au Maroc
- Annexe 5 : Bibliographie
- Annexe 6 : Sites Internet et organismes ressources
- Annexe 7 : Sigles et acronymes

Charte du tourisme durable

➤ Annexe 1

Les participants de la Conférence mondiale du Tourisme durable, réunis à Lanzarote, îles Canaries, Espagne, les 27 et 28 avril 1995,

Conscients que le tourisme est un phénomène de portée mondiale qui répond aux plus profondes aspirations de tous les peuples, ainsi qu'un important élément de développement social, économique et politique pour de nombreux pays,

Reconnaissant que le tourisme, de par son caractère ambivalent, puisqu'il peut contribuer de manière positive au développement socio-économique et culturel, mais aussi à la détérioration de l'environnement et à la perte de l'identité locale, doit être abordé dans une perspective globale,

Conscients que les ressources sur lesquelles se base le tourisme sont fragiles et que la demande pour une meilleure qualité de l'environnement est croissante,

Reconnaissant que le tourisme offre la possibilité de voyager et de connaître d'autres cultures, et que le développement du tourisme peut favoriser le rapprochement et la paix entre les peuples, créant une conscience respectueuse de la diversité des cultures et des modes de vie,

Rappelant la Déclaration universelle des Droits de l'Homme, adoptée par l'Assemblée générale des Nations Unies et les nombreuses déclarations des Nations Unies, tout comme les conventions régionales sur le tourisme, l'environnement, la préservation du patrimoine culturel et le développement durable,

S'inspirant des principes énoncés dans la Déclaration de Rio sur l'Environnement et le Développement, ainsi que des recommandations de l'Agenda 21,

Rappelant les déclarations préalables en matière de tourisme comme la Déclaration de Manille sur le Tourisme mondial, la Déclaration de La Haye, la Charte du Tourisme et le Code du Touriste,

Reconnaissant la nécessité de développer un tourisme qui réponde aux attentes économiques et aux exigences de la protection de l'environnement et qui respecte non seulement la structure sociale et les caractères physiques de la destination, mais aussi la population locale,

Considérant comme prioritaires la protection et la consolidation de la dignité humaine des populations locales tout comme des touristes,

Conscients de la nécessité de créer un partenariat entre les principaux acteurs qui participent à cette activité, afin de forger l'espoir d'un tourisme plus responsable vis-à-vis de notre patrimoine commun,

EN APPELLENT à la communauté internationale et DEMANDENT, en particulier, aux gouvernements, aux pouvoirs publics, aux décideurs et aux professionnels du monde du tourisme, aux associations et aux institutions publiques et privées dont les activités sont liées au tourisme et aux touristes eux-mêmes, d'adopter les principes et les objectifs de cette Déclaration, qui sont les suivants :

1. Le développement touristique doit reposer sur des critères de durabilité ; il doit être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales.

Le développement durable est un processus encadré visant une gestion globale des ressources afin d'en assurer la durabilité, tout en permettant de préserver notre capital naturel et culturel, y compris les espaces protégés. Le tourisme étant un puissant instrument de développement, il peut et doit jouer un rôle actif dans la stratégie de développement durable. Une bonne gestion du tourisme doit donc garantir le caractère durable des ressources dont cette activité dépend.

2. Le tourisme doit contribuer au développement durable, en s'intégrant dans le milieu naturel, culturel et humain ; il doit respecter les équilibres fragiles qui caractérisent de nombreuses destinations touristiques, en particulier les petites îles et les zones écologiquement fragiles. Les incidences du tourisme sur les ressources naturelles, sur la biodiversité et sur la capacité d'assimilation des impacts et des déchets engendrés, doivent rester acceptables.

3. L'activité touristique doit considérer ses effets induits sur le patrimoine culturel et sur les éléments, les activités et la dynamique traditionnels de chaque population locale. La reconnaissance de ces facteurs locaux et le soutien de leur identité, de leur culture et de leurs intérêts doivent être des points de référence incontournables lors de la conception des stratégies touristiques, en particulier dans les pays en voie de développement.

4. La contribution active du tourisme au développement durable présuppose nécessairement la solidarité, le respect mutuel et la participation de tous les acteurs, du secteur public et privé, impliqués dans le processus. Cette concertation doit se baser sur des mécanismes efficaces de coopération à tous les niveaux : local, national, régional et international.

5. La préservation, la protection et la mise en valeur de la richesse du patrimoine naturel et culturel offrent un cadre privilégié pour la coopération. Cette approche implique que tous les responsables relèvent ce véritable défi qu'est l'innovation culturelle, technologique et professionnelle, et concentrent leurs efforts pour créer et mettre en œuvre des instruments de planification et de gestion intégrés.

6. Les critères de qualité visant à assurer la préservation de la destination touristique et le degré de satisfaction du touriste, critères définis de manière conjointe avec les populations locales et basés sur les principes du développement durable, doivent être des objectifs prioritaires lors de la formulation des stratégies et des projets touristiques.

7. Pour participer au développement durable, le tourisme doit se baser sur l'éventail de possibilités qu'offre l'économie locale. Les activités touristiques doivent pleinement s'intégrer dans l'économie locale et contribuer de manière positive au développement économique local.

8. Toute option de développement touristique doit avoir une incidence effective sur l'amélioration de la qualité de vie de la population, et contribuer à l'enrichissement socio-culturel de chaque destination.

9. Les gouvernements et les autorités compétentes doivent entreprendre des actions de planification intégrées du développement touristique en partenariat avec les ONG et les populations locales pour contribuer au développement durable.

10. Reconnaissant l'objectif de cohésion économique et sociale entre les peuples de la planète comme un des principes fondamentaux du développement durable, il est urgent que soient mises en place des mesures permettant un partage plus équitable des bénéfices et des charges engendrés par le tourisme. Cela implique un changement dans les modèles de consommation et l'introduction de méthodes de fixation de prix permettant l'intégration des coûts environnementaux.

Les gouvernements et les organisations multilatérales devraient donner priorité et renforcer les aides directes ou indirectes destinées aux projets touristiques contribuant à l'amélioration de la qualité de l'environnement. Dans ce contexte, il convient d'étudier l'application harmonieuse au niveau international d'instruments économiques, juridiques et fiscaux, afin de garantir l'utilisation durable des ressources dans les activités touristiques.

11. Les régions vulnérables, aujourd'hui et à l'avenir, du point de vue de l'environnement et de la culture, doivent être considérées comme prioritaires pour la coopération technique et les aides financières en vue d'un développement touristique durable. Les régions particulièrement dégradées par des modèles touristiques obsolètes et à fort impact doivent aussi faire l'objet d'une attention particulière.

12. Le développement des formes alternatives de tourisme respectant les principes du développement durable ainsi que la diversification des produits touristiques constituent des facteurs de stabilité, à moyen comme à long terme. Il convient, dans ce sens, et en particulier dans le cas de nombreuses petites îles et des zones écologiquement fragiles, de favoriser et de renforcer de manière active la coopération régionale.

13. Les gouvernements, l'industrie, les autorités et les ONG compétentes en matière de tourisme doivent encourager et participer à la création de réseaux accessibles de recherche, de diffusion d'information, et de transfert de connaissances et de technologies appropriées en matière de tourisme durable.

14. La définition d'une politique en matière de tourisme durable suppose le soutien et la promotion de systèmes de gestion touristique compatibles avec l'environnement, d'études de faisabilité permettant la transformation du secteur, tout comme la mise en œuvre de projets de démonstration et le développement de programmes de coopération internationale.

15. L'industrie touristique, en collaboration avec les organismes et les ONG dont les activités sont liées au tourisme, doivent définir le cadre spécifique de mise en œuvre des actions actives et préventives pour un développement touristique durable. Ils doivent élaborer des programmes afin de favoriser l'application de ces mesures dans la pratique. Ils sont chargés d'assurer le suivi des actions, d'informer des résultats obtenus et d'échanger leurs expériences.

16. Le rôle et les effets sur l'environnement du transport lié au tourisme doivent faire l'objet d'une attention particulière. Il convient dans ce sens de créer des instruments et de prendre des mesures afin de réduire la part des énergies et des ressources utilisées non renouvelables, et d'encourager les mesures visant à recycler et à réduire les déchets engendrés dans les installations touristiques.

17. Afin que le tourisme soit une activité durable, il est essentiel que les principaux acteurs intervenant dans les activités touristiques, les membres de l'industrie en particulier, adoptent et appliquent des codes de conduite favorisant la durabilité. De tels codes de conduite peuvent être des instruments efficaces pour le développement d'activités touristiques responsables.

18. Toutes les mesures nécessaires pour informer et favoriser la prise de conscience de l'ensemble des parties intervenant dans l'industrie touristique, qu'elles soient locales, nationales, régionales ou internationales, sur le contenu et les objectifs de la Conférence de Lanzarote doivent être mises en œuvre.

Résolution finale

La Conférence mondiale du Tourisme durable considère essentiel de lancer les appels publics suivants :

1. La Conférence recommande aux États et aux gouvernements régionaux d'élaborer d'urgence des programmes d'action pour un développement durable au secteur du tourisme, en accord avec les principes énoncés dans cette Charte.

2. La Conférence a décidé de soumettre la Charte du Tourisme durable au secrétaire général des Nations Unies, afin qu'elle soit prise en considération par les organismes et agences du système des Nations Unies, ainsi que par les organisations internationales ayant des accords de coopération avec les Nations Unies, en vue de sa présentation devant l'Assemblée générale.

Résolution sur le Comité de suivi

Suite à la Conférence mondiale du Tourisme durable, et à l'adoption de la Charte mondiale du Tourisme durable, et de par l'importance des accords obtenus, il convient d'en assurer l'avenir. Il est vital d'assurer la continuité de la ligne de travail et de favoriser la coopération ici entamées.

Afin de consolider le travail déjà réalisé, il est nécessaire d'assurer un suivi et de veiller à l'application de cette Charte du Tourisme durable.

Dans ce sens, les points suivants ont été adoptés :

1. La création d'un Comité de suivi pour la Charte et son programme d'action qui sera constitué des institutions et des agences internationales composant le Comité organisateur de la Conférence.

2. Le Comité de suivi doit assurer la promotion et la diffusion de la Charte et veiller à son application optimale. Il doit également entreprendre des activités afin d'en garantir la continuité, détecter les situations critiques, et encourager toutes les entités publiques et privées à appliquer et à respecter les principes du tourisme durable.

3. Le Comité doit favoriser la réalisation d'études, de projets et d'actions de nature à créer des situations exemplaires pouvant servir de référence pour tout problème majeur au niveau mondial ; ceci constitue la meilleure manière d'appliquer la Charte et les principes du développement durable.

4. Ce Comité est chargé d'assurer la continuité et le suivi des accords de cette conférence et a la responsabilité de la diffusion et de la présentation de la Charte auprès des acteurs du développement durable en matière de tourisme, y compris devant les représentants de l'industrie touristique, les organismes gouvernementaux, les ONG, les agences des Nations unies, et autres institutions internationales.

Déclaration d'Otavalo

sur le tourisme communautaire durable et compétitif respectant l'identité culturelle

➤ Annexe 2

Les représentants boliviens, équatoriens et péruviens de l'État, de l'entreprise privée et des communautés rurales et indigènes, à l'occasion du Forum technique international sur le Management du tourisme durable compétitif, qui s'est tenu du 12 au 14 septembre 2001, co-organisé par le ministère du Tourisme d'Équateur, la confédération nationale des Peuples indigènes d'Équateur (Conaie), la municipalité d'Otavalo et l'OIT, conscients de leurs responsabilités et de leurs devoirs, souscrivent aux points suivants :

➤ Encourager les gouvernements nationaux à mettre en place des politiques publiques favorisant l'établissement du tourisme durable et reconnaissant la contribution spécifique des cultures indigènes dans la diversification de l'offre nationale, dans le contexte des nouvelles opportunités offertes par le marché touristique international.

➤ Promouvoir la prise de conscience nationale sur le sujet afin d'intégrer les principales composantes de la diversité culturelle et de l'équité sociale dans les programmes éducatifs institutionnels.

➤ Favoriser des politiques de soutien aux entreprises de tourisme communautaire en les protégeant contre les activités nuisibles pour l'environnement et l'héritage culturel des peuples indigènes afin d'augmenter leur potentiel économique.

➤ Promouvoir les programmes de formation technique et administrative pour les salariés du secteur touristique et pour améliorer la qualité des services de base au sein des communautés.

➤ Stimuler la mise en place d'un réseau régional des entreprises de tourisme communautaire ayant pour objectif la promotion des destinations touristiques et qui veillera à l'authenticité et à la durabilité des projets.

➤ Encourager les gouvernements nationaux et les ministères du Tourisme en particulier à formuler et implanter un cadre légal qui reconnaisse et garantisse les activités des entreprises touristiques communautaires.

➤ Appeler les institutions publiques responsables du développement touristique à intégrer dans leur fonctionnement la reconnaissance et le dialogue avec le secteur communautaire en vue d'une meilleure réalisation des objectifs spécifiques.

➤ Encourager les alliances et l'implantation de programmes d'intérêts communs entre les gouvernements centraux et locaux, les entreprises privées et les ONG afin d'accroître les opportunités du tourisme communautaire durable et compétitif dans le respect des identités culturelles.

➤ Appeler les gouvernements locaux, les institutions publiques et les entreprises privées à fa-

ciliter l'accès des entreprises communautaires aux infrastructures, aux marchés et aux services financiers.

➤ Institutionnaliser et soutenir les activités du tourisme communautaire sur la base de la convention nº 169 de l'OIT, défendant les droits collectifs des peuples autochtones et ratifiée par tous les pays participant à la consultation.

➤ Promouvoir l'expression authentique de l'identité culturelle des peuples indigènes, leurs valeurs, leurs traditions et leurs symboles, source de richesse et d'originalité de leurs produits touristiques.

➤ Renforcer les organes régionaux de représentation et de coordination du tourisme communautaire et encourager tous les peuples à être solidaires pour une meilleure intercompréhension des cultures du monde.

Otavalo, province Imbabura, Équateur,
le 14 septembre 2001

Déclaration de San José

sur le tourisme communautaire rural

➤ Annexe 3

Nous, les représentants de peuples indigènes et des communautés rurales d'Amérique latine, réunis à San José, ratifions les principes et les recommandations de la déclaration d'Otavalo sur le tourisme communautaire durable et compétitif avec respect de l'identité culturelle (septembre 2001) par lequel nous encourageons les gouvernements locaux et nationaux, les entreprises privées, les ONG et les agences de coopération internationale à promouvoir, soutenir et accroître le développement du tourisme communautaire. Même si nous reconnaissons les progrès réalisés ces dernières années, nous pensons qu'il est toujours nécessaire d'encourager les politiques publiques à s'engager dans cette voie, pour nous aider à renforcer nos organisations et améliorer la gestion des services que nous proposons aux touristes.

Nous, les communautés de Bolivie, du Brésil, du Costa Rica, de l'Équateur, du Guatemala et du Pérou, invitées par l'OIT pour une consultation, affirmons que le tourisme communautaire doit désormais être considéré comme un élément stratégique incontournable du développement local, régional et national. Convaincus que cette forme de tourisme contribue à l'accroissement des revenus, à l'augmentation de l'emploi dans nos pays et au bien-être de nos communautés, nous déclarons :

➤ Notre vision du tourisme est basée sur des valeurs telles que la solidarité, la coopération, le respect de la vie, la préservation des écosystèmes et de leur biodiversité. Nous sommes donc opposés à toute forme de tourisme sur nos terres qui pourrait mettre en danger nos peuples, nos cultures et notre environnement.

➤ Notre objectif est d'aider nos communautés à prospérer et à vivre décemment en améliorant les conditions de vie et de travail. Le tourisme peut nous aider à atteindre cet objectif à condition de créer une activité économiquement viable basée sur des valeurs sociales, environnementales et culturelles. À cet effet, nous demandons un partage équitable des bénéfices engendrés par le tourisme parmi tous ceux qui participent à son développement.

➤ Nous sommes conscients du fait que le tourisme peut être une source d'opportunités comme un danger pour la cohésion sociale de nos communautés, de notre culture et de notre habitat. C'est pourquoi nous encourageons l'autogestion afin que nos communautés puissent assumer l'organisation, les activités et le développement de l'entreprise touristique.

➤ Le tourisme doit être inséré dans l'économie générale des communautés et des familles en stimulant le développement de l'agriculture, de la pêche, de l'artisanat de l'industrie microagroalimentaire, des transports et des autres services. Pour cela, nous souhaitons explorer toutes les initiatives durables qui contribuent au développement économique local et qui génèrent de nouveaux emplois décents pour les communautés.

➤ Nous voulons que notre culture, sous ses différentes formes d'expression, reste vivante et au-

thentique et qu'elle puisse bénéficier des échanges interculturels. Nous espérons que le dialogue entre différentes cultures contribuera à une meilleure intercompréhension et nous aidera à construire une culture universelle de paix.

➤ Au cours de nos réunions communautaires, nous avons déterminé des codes éthiques ayant pour objectif de réguler la présence des touristes et leurs relations avec la communauté. La présente réunion de consultation nous permet de souligner l'importance de sauvegarder les ressources naturelles, culturelles et sociales de notre héritage. Un usage durable de ce dernier permet de proposer aux visiteurs des expériences touristiques de qualité et d'assurer le bien-être des communautés. En conséquence, nous invitons les tour-opérateurs et les voyageurs à prendre connaissance, à diffuser et à respecter ces codes afin d'assurer une cohabitation interculturelle harmonieuse. Pour cela, il est aussi possible de s'inspirer du Code éthique global de l'Organisation internationale du tourisme.

➤ Nous réaffirmons notre droit à posséder et contrôler notre terre – source de subsistance, d'identité et de spiritualité – tel que le définit la convention nº 169 de l'OIT, ratifiée par tous les pays participant à la consultation. Avant d'engager une quelconque activité économique, un plan gouvernemental de développement durable pour la gestion des ressources naturelles devrait être adopté. Nous voulons qu'une attention particulière soit portée à tout nouveau projet de construction ou d'agrandissement. Nous refusons de vendre ou de prêter notre terre à ceux qui ne sont pas issus de nos communautés. Nous désapprouvons toute décision qui contredirait ce principe.

➤ Nous réaffirmons notre droit à être consulté en priorité, à être informés et à participer à toute décision pour la gestion, l'implantation et la mise en œuvre de programmes ou de politiques publiques qui concernent en particulier l'environnement, la culture, l'économie et le tourisme dans la mesure où ces décisions affectent directement notre vie, nos institutions et notre bien-être spirituel. Nous devrions être consultés à travers nos organisations représentatives, en respect des autorités en place et des procédures appropriées.

➤ Nous encourageons la participation d'équipes pluridisciplinaires pour l'organisation générale de la communauté, l'administration des services touristiques de la communauté, tout comme la mise en œuvre d'études d'évaluation de l'impact du tourisme sur la vie de nos communautés.

➤ Nous invitons les institutions nationales et la coopération internationale, tout comme les organisations publiques et privées favorables au tourisme communautaire, à se joindre à nous afin de renforcer le réseau de Redturs en Amérique latine, initié grâce au soutien de l'OIT. Nous rappelons que sa mission est de renforcer et de développer localement, régionalement et nationalement le réseau du tourisme communautaire, pour un développement durable de la microentreprise touristique. Ceci à travers :

- la mise en œuvre d'un cadre logique et stratégique sur le tourisme communautaire visant à être incorporé aux politiques et aux agendas publics et privés de nos pays ;
- la création et l'activité d'un secrétariat technique régional, qui aiderait à la recherche de soutien international et de coopération afin d'entreprendre les tâches prioritaires suivantes :
  - consolider localement, nationalement et régionalement le réseau du tourisme communautaire,
  - produire, collecter et diffuser des informations sur ce type de tourisme,
  - développer les échanges d'expériences entre les communautés ;
- l'aide à la promotion et au marketing des destinations du tourisme communautaire sur le marché européen, à travers la participation aux foires et aux expositions ;
- la mise en œuvre d'une marque Redturs qui certifie l'authenticité de ces destinations ;
- l'établissement de coopérations stratégiques et d'alliances avec d'autres réseaux et agences internationales comme le Conpeht, l'OMT, le Pnud, la FAO, l'Unesco et l'IICA, entre autres ;
- la mise en place d'un support technique pour la création d'une unité au sein de l'institution responsable des politiques publiques nationales sur le tourisme dans chaque pays. Un tel organe devrait avoir la possibilité de promouvoir et de renforcer localement et nationalement le réseau du tourisme communautaire ;
- la publication et la diffusion des conclusions et des recommandations de l'actuelle réunion de consultation.

San José, Costa Rica, le 28 octobre 2003
(www.redturs.org)

Charte tourisme rural solidaire au Maroc

➤ Annexe 4

Antécédents

Depuis plus de quinze ans, l'association Migrations & Développement, en partenariat avec les associations villageoises du Sud-Maroc et les associations de migrants en France, participe au développement rural intégral des villages berbères des zones de montagne, plus particulièrement de la province de Taroudannt, de la province de Tata et de la province El Haouz.

Les associations villageoises, les associations de migrants et M & D ont développé des programmes d'amélioration des infrastructures : électricité décentralisée, eau potable, réseaux d'irrigation, barrages collinaires, routes rurales ainsi que des programmes de renforcement des services sociaux : écoles non formelles, santé en zones rurales.

Elles entreprennent, depuis début 2002, dans le cadre du PACT – Plan d'action concerté « Taroudannt 2010 » – un programme de création d'activités génératrices de revenus. Ces activités concernent principalement la valorisation des productions locales : huile d'olive, huile d'argan, safran, dattes, artisanat du tapis, mais aussi le tourisme rural.

Le choix des partenaires du Pact est de réaliser un programme de tourisme rural susceptible de s'inscrire dans la dynamique du « tourisme responsable et solidaire » qui allie le respect de l'environnement et des cultures locales avec le souci d'une juste répartition des avantages et bénéfices.

Les associations villageoises, les voyageurs et Migrations & Développement décident de souscrire la présente charte et de la mettre aussitôt en application de manière rigoureuse.

Objet

La charte du tourisme rural solidaire au Maroc a pour objet de réguler les relations entre les hôtes marocains, réunis au sein d'une association villageoise, l'organisation Migrations & Développement en tant que promoteur de pratiques différentes de tourisme et les voyageurs qui décident de partir au Maroc dans le cadre des voyages de tourisme rural solidaire.

Migrations & Développement

➤ Recherche des financements pour soutenir les projets des associations villageoises pour une amélioration de la qualité de l'accueil réservé au voyageur et pour assurer une formation adéquate aux associations villageoises en matière de gestion touristique et de valorisation du patrimoine local.

➢ Assure la promotion des circuits incluant les associations villageoises ayant adhéré à la charte pour fournir la clientèle touristique.

➢ Recherche des partenariats pour garantir la meilleure qualité du séjour dans le respect de l'éthique du tourisme solidaire.

➢ Accompagne les voyageurs tout au long du séjour et joue un rôle de médiation en cas de problème entre les partenaires.

➢ Organise le séjour d'un bout à l'autre en tenant compte des aspirations légitimes des différents intervenants et en résolvant les difficultés qui pourraient surgir.

➢ Entretient des relations et une gestion transparentes et fournit une information aussi exhaustive que possible à tous les partenaires.

➢ Rémunère les prestations offertes par l'association villageoise au plus juste prix en s'assurant que les montants versés sont répartis équitablement entre les villageois, conformément aux accords préalables.

➢ Appuie la création de structures de deuxième niveau pour assurer certains services comme le tranport des voyageurs.

L'association villageoise

➢ S'assure de l'adhésion de l'ensemble de la communauté villageoise au projet d'accueil touristique dans un esprit d'ouverture et de tolérance.

➢ Assure l'accueil des voyageurs dans le respect de l'hospitalité berbère.

➢ Garantit la qualité de l'environnement du village (propreté, entretien, sanitaires) et veille à le rendre attractif et attrayant.

➢ Assure l'accueil et l'encadrement des voyageurs pendant toute la durée de leur séjour.

➢ Désigne les familles d'accueil en s'assurant d'une répartition équitable des revenus tirés de l'accueil, dans un souci de renforcement de la solidarité au sein du village.

➢ Contrôle la qualité des prestations offertes aux voyageurs.

➢ Veille à la bonne application des règles et des normes.

➢ Respecte la vie privée des voyageurs et contrôle les comportements individualistes de villageois sollicitant des dons personnels.

➢ Assure des conditions d'accueil et un encadrement garantissant la sécurité et la santé des voyageurs.

➢ Contribue à promouvoir les activités artisanales et culturelles (tapis, huile d'argan, huile d'olive, safran, danse, etc.) et la richesse architecturale (Zaouia, maâsra traditionnelle, etc.) spécifique à chaque site.

➢ Entretient des relations et une gestion transparentes vis-à-vis de ses membres et une information aussi exhaustive que possible à tous les partenaires.

Le voyageur

➢ Respecte la culture berbère sous toutes ses formes.

➢ Évite tout comportement susceptible de choquer ses hôtes (tenue vestimentaire, propos, considération religieuse ou politique, photographie des personnes sans autorisation préalable, etc.).

➢ Aborde son voyage dans un état d'esprit d'ouverture et d'acceptation de la différence culturelle.

➢ Veille à ne pas déstructurer la solidarité villageoise par des dons individuels ou l'entretien de relations privilégiées avec une seule personne.

➢ Évite de gaspiller les ressources naturelles, en particulier l'eau.

➢ S'engage, s'il est satisfait de son séjour dans les villages de montagne du sud, à informer ses proches et ses amis afin qu'ils puissent, à leur tour, réaliser un voyage du même type.

Bibliographie

➤ Annexe 5

Cette bibliographie est loin d'être exhaustive. Pour compléter votre information, consultez les sites Internet mentionnés dans l'annexe 5 : Sites Internet et organismes ressources.

Publications de l'Organisation mondiale du tourisme

Le développement durable de l'écotourisme : une compilation des bonnes pratiques de PME, OMT, 2003, 305 p.

Le tourisme et la réduction de la pauvreté : recommandations pour l'action, OMT, 2004, 59 p.

Possibilité de les commander en ligne à l'adresse www.world-tourism.org/pub/fr.htm (ou sur le site de la librairie du Centre français du commerce extérieur : www.cfce.fr).

Ouvrages généraux

AG Rio + 10, Réseau pour le développement durable du tourisme Dante, Un carton rouge pour le tourisme ? Dix principes et défis pour un développement durable du tourisme au XXIe siècle, Akte - Groupe de travail sur le tourisme et le développement, Bâle, février 2002, 50 p. Document en ligne sur le site d'Akte : www.akte.ch.

BENSAHEL Liliane, DONSIMONI Myriam (sous la direction de), Le tourisme : un facteur de développement ?, PUG, coll. « Débats », 1999, 120 p.

CAZES Georges, Tourisme et tiers-monde, un bilan controversé, L'Harmattan, Paris, 1992, coll. « Tourismes et Sociétés », 207 p.

Conférence internationale Tourisme durable, environnement et emploi - Actes octobre 2000, Berlin, éd. Le conseil de l'Europe, Rencontres environnement nº 51, 2002.

GHIMIRE Krishna B., The native tourist : mass tourism within developing countries, United Nations Research Institut for Social Development, Earthscan, Londres, 2001 ou James and James (Sciences Publishers) Ldt, 2001, 224 p.

GROUPE DÉVELOPPEMENT, AMALOU Pierre, BARIOULET Hervé, VELLAS François (sous la direction de), Tourisme, éthique et développement, L'Harmattan, Paris, 2001, coll. « Sciences économiques », 304 p.

HARRISON David, Tourism and the less developed world : issues and case studies, CABI Pub New York, 2001, 320 p.

HOUÉE Paul, Le développement local au défi de la mondialisation, L'Harmattan, Paris, 2001, 250 p.

LANQUAR Robert, CAZES Georges, L'aménagement touristique et le développement durable, PUF, Paris, 2000, coll. « Que sais-je ? », nº 1882, 128 p.

LEIJZER Marcel, BAARTMANS Hans, DE MAN Frans, Reference guide on sustainable tourism, CD-rom, 2003. Recueil de publications sur le site Internet : www.retour.net.

MARTIN Boris (sous la direction de), Voyager autrement : vers un tourisme responsable et solidaire, éd. Charles Léopold Mayer, Paris, 2002, coll. « Dossier pour un débat », nº 125, 84 p.

MOWFORTH Martin., MUNT Ian, Tourism and sustainability : development and new tourism in the Third World, Routledge, 2003, 376 p.

CDTM 75, Tourisme Nord-Sud : nouveaux acteurs, nouvelles pratiques, CDTM 75, Ritimo, Paris, mai 2001, 62 p. Pour le commander : www.ritimo.org.

Tourisme, éthique et mondialisation : rencontres internationales de Paris, ministère du l'Équipement, des Transports et du Logement, secrétariat d'État au Tourisme, Paris, 2002, 111 p.

WEAVER David B. (sous la direction de), The encyclopaedia of ecotourism, CAB International Publishing, Royaume-Uni, 2001, 688 p.

Guides et ouvrages pratiques

D'autres voyages de tourisme à l'échange, Unat, Paris, 2002. Pour le commander : www.unat.asso.fr.

Partir pour être solidaire ?, Ritimo, Paris, mai 2002. Pour le commander : www.ritimo.org.

Vacances, j'oublie tout ?, Ritimo, Paris, 2003. Pour le commander : www.ritimo.org.

MANN Mark, The good alternative travel guide : Exciting holidays for responsible travellers, Earthscan in association with Tourism Concern, Londres, 2002, 264 p.

Articles et dossiers parus dans des revues

« De l'antimondialisation aux mouvements anti-golf : pour un tourisme socialement responsable », Travail - Le magazine de l'OIT, nº 39, juin 2001, p. 10-12. Article en ligne sur le site de l'Organisation internationale du travail : www.ilo.org/public/french/bureau/inf/magazine/39/tourism.htm.

EL ALOUI Françoise, « Pour un tourisme équitable… », in Tourisme et commerce équitable, Equité !, bulletin trimestriel de l'éducation au commerce équitable, Fédérations Artisans du monde, août 2001, p. 6-7. Disponible sur : www.artisansdumonde.org.

JOSSE Pierre, « Pour un tourisme équitable », Hommes & Migrations, nº 1243, mai-juin 2003, p. 57-63.

« Mondialisation : les dégâts du tourisme », Alternatives économiques, nº 194, juillet-août 2001, p. 42-51.

« Tourisme durable », Caravane - pour un monde responsable, pluriel et solidaire, nº 7, décembre 2000. Revue en ligne sur le site d'Alliance pour un monde responsable, durable et solidaire : www.alliance21.org/caravan/fr.

« Tourisme durable et équitable », Échos du Cota, nº 91, juin 2001, p. 3-18. Numéro en ligne sur le site du Cota (numéro épuisé) : www.cota.be/cota/echos_epuises.php.

« Vers un tourisme équitable », Ingénieurs sans frontières : revue de solidarité internationale, nº 48, 3e trimestre 2000, p. 3-23.

Aux Éditions Espaces :

« Tourisme solidaire et responsable », Revue Espaces, nº 220, novembre 2004, 58 p.

« Tourisme et éthique », Revue Espaces, nº 171, mai 2000, 48 p.

« Tourisme durable », Cahiers Espaces, nº 67, novembre 2000, 247 p.

« Tourisme et environnement. Gérer pour mieux protéger », Cahiers Espaces, nº 62, octobre 1999, 159 p.

Pour commander : www.revue-espaces.com

Sites Internet et organismes ressources

➤ Annexe 6

Organisations internationales

➤ **Bureau international du tourisme social**
www.bits-int.org

Relais international des actions entreprises en faveur du tourisme à la portée du plus grand nombre.

➤ **OIT** www.redturs.org

L'OIT anime un réseau d'entreprises communautaires de tourisme en Amérique latine.

➤ **OMT** www.world-tourism.org/sustainable

Le site de l'Organisation mondiale du tourisme fournit les statistiques les plus récentes sur le tourisme. On y trouve de nombreux contacts et informations précieuses sur les projets et les publications concernant le tourisme durable.

➤ **WTTC** www.wttc.org

Le site du World Travel and Tourism Council héberge le centre de ressources EcoNETT concernant surtout le tourisme et l'environnement.

➤ **WWF** www.wwf.org

Le World Wildlife Fund travaille sur les impacts environnementaux du tourisme.

Organismes nationaux

➤ **Ministère des Affaires étrangères**
www.diplomatie.fr/voyageurs/etrangers/avis conseils/default2.asp

Conseils utiles aux voyageurs.

➤ **Ministère délégué au Tourisme**
www.tourisme.gouv.fr

Ce site propose quelques informations sur le tourisme durable et responsable.

Associations, réseaux et centres de documentation

➤ **AITR**
www.solidea.org/ospiti/aitr/associazioni.htm
(www.unimondo.org/aitr/index.html)

L'Associazione Italiana Turismo Responsabile regroupe des associations et des opérateurs italiens qui partagent les idéaux d'un tourisme plus juste et équitable où les communautés d'accueil sont les protagonistes principaux de leur propre développement.

➤ **Arbeitskreis Turismus und Entwicklung**
www.akte.ch

Le groupe de travail Tourisme et Développement rassemble des organisations de développement

ainsi que des responsables du tourisme, de la protection de l'environnement et du développement.

➤ **CADR** cadr.free.fr

Collectifs des associations de développement en Rhône-Alpes.

➤ **Dante** www.dante-tourismus.org/dantefranz.html

Dante est un réseau de quinze initiatives et organisations non gouvernementales d'Allemagne, d'Autriche et de Suisse, spécialisé dans le tourisme, l'environnement et le développement. Dante est une plate-forme pour l'échange de savoirs et d'expériences, ainsi que pour la coopération pour le développement d'un tourisme durable.

➤ **IZ3W** www.iz3w.org

Site du Information Zentrum Dritte Welt, un centre de documentation et d'information sur le tiers-monde basé à Frieburg. Il soutient et met en place des projets de solidarité et de sensibilisation notamment dans le domaine du tourisme.

➤ **ÖTE** www.oete.de

ÖTE, Tourisme écologique en Europe, est un forum pour des organisations internationales impliquées dans l'écotourisme. Actuellement, ÖTE a six membres qui offrent des informations sur le tourisme durable.

➤ **RAM** www.associazioneram.it

RAM est une ONG italienne impliquée dans le commerce équitable et le tourisme solidaire. Cette association est la seule du réseau TEN (réseau d'associations européennes Tourism European Network) qui organise directement des voyages.

➤ **Réseau Jeunes solidaires** www.peuples-solidaires.org

Peuples Solidaires est une fédération d'associations locales engagées dans des actions de solidarité internationale (une éducation à la citoyenneté internationale au Nord par soutien à des projets de développement au Sud).

➤ **Respect**, Institut für integrativen Tourismus und Entwicklung Diefenbachgasse www.respect.at

Association autrichienne pour un tourisme responsable et durable dans les pays en voie de développement.

➤ **Ritimo** www.ritimo.org

Réseau des centres d'information et de documentation pour le développement et la solidarité internationale.

➤ **Tourism Concern** www.tourismconcern.org.uk

Tourism Concern est une organisation anglaise qui regroupe des associations concernées par le tourisme et ses effets sur l'environnement et les communautés locales.

Tourism Concern publie chaque année un guide d'adresses d'organisations de tourisme solidaire dans les cinq continents.

➤ **Transverses** www.chez.com/transverses

Transverses est une association d'information et d'action qui a pour but de susciter en France et dans les pays francophones une réflexion sur le tourisme Nord-Sud et sur la possibilité qu'il devienne un outil de développement durable.

➤ **Unat** www.unat.asso.fr

L'Union nationale des associations de tourisme et de plein air fédère 59 acteurs du tourisme social et associatif en France. Parmi ces activités, l'Unat a fait du tourisme solidaire un secteur d'intervention important dans le cadre duquel des opérateurs français ont été répertoriés dans la brochure « D'autres Voyages. Du tourisme à l'échange ».

Sites d'information

➤ **FITS** www.tourisme-solidaire.org

Le site du forum international « Tourisme solidaire et développement durable » présente des documents de base, des études de cas dans une quarantaine de pays.

➤ **Tourisme en faveur des plus pauvres** www.propoortourism.org.uk

L'International Centre for Responsible Tourism et l'International Institute for Environnement and Development ont créé ensemble ce site Internet où l'on échange des informations sur des projets et des études du tourisme durable pour soutenir les communautés locales dans leur développement.

Il comprend une quinzaine de documents de travail récents et de très bonne qualité sur le sujet.

➤ **Tourisme durable** www.tourisme-durable.net

Site français d'information sur le tourisme responsable durable avec des témoignages, des campagnes en cours, des informations pratiques.

➤ **Tourism Watch** www.tourism-watch.de

Tourism Watch a été créé par l'Église protestante allemande comme un lieu spécialisé d'information sur le tourisme. Il assure des formations et développe des actions pour un tourisme durable dans les pays du Sud, avec un souci de l'approche sociale et environnementale. De nombreuses publications disponibles en allemand, anglais et espagnol.

Quelques opérateurs cités dans l'ouvrage

➤ **AITR**

c/o ICEI, via E. Breda 54, 20126 Milano, Italie
Tél. : 02 25785763 - Fax : 02 2552270
E-mail: info@aitr.org - Site : www.aitr.org

➤ **Calao**

100 rue de la Résistance, 39100 Dole, France
Tél. : 03 84 82 23 71
E-mail : contact@calaoasso.org
Site : www.calaoasso.org

➤ **Cevied**, Centre d'échanges et de voyages internationaux pour études de développement

8 quai Maréchal Joffre, 69002 Lyon, France
Tél. : 04 78 42 95 33
E-mail : info@cevied.org - Site : www.cevied.org

➤ **Croq'Nature**

BP 12, 65400 Argelès-Gazost Cedex, France
Tél. : 05 62 97 01 00 - Fax : 05 62 97 95 83
Site : www.croqnature.com

➤ **Migrations & Développement France**

42 boulevard d'Annam, 13016 Marseille, France
Tél. : 04 95 06 80 20 - Fax : 04 91 46 47 36
E-mail : md.france@migdev.org
Site : www.migdev.org

➤ **Migrations & Développement Maroc**

Quartier administratif M'Haita
83000 Taroudannt, Maroc
Tél. : (212) 04 8 85 49 47
Fax : (212) 04 8 85 74 37
E-mail: migdevma@menara.ma

➤ **Point Afrique**

Le Village, 07700 Bidon, France
Tél. : 04 75 97 20 40 - Fax : 04 75 04 16 56
Site : www.point-afrique.com

➤ **Tourisme et développement solidaire**

BP 4, 8 rue Prion, 30250 Aubais, France
E-mail : tour.dev.solidaires@wanadoo.fr
Site : www.tdsolidaires.africa-web.org

➤ **Tétraktis Association**

5 rue Gallice, 38100 Grenoble, France+
Tél. : 04 38 70 02 14 - Fax : 04 38 70 02 15
E-mail : contact@tetraktys-ong.com
Site : www.tetraktys-ong.com

Sigles et acronymes

Annexe 7

ADC	Agence de développement et de coopération
ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (France)
ADEN	Association Djibouti Espace Nomade (Djibouti)
ADS	Agence marocaine de développement social (Maroc)
AECI	Agencia española de cooperación internacional Agence espagnole de coopération internationale (Espagne)
AFIT	Agence française de l'industrie touristique (France)
AITR	Associazione italiana turismo responsable Agence italienne de tourisme responsable (Italie)
AMUMA	Association des municipalités du Mandé (Mali)
ANCST	Associazione nazionale delle cooperative di servizi e turismo (Italie)
ANCV	Agence nationale pour les chèques-vacances (France)
ARTODEV	Agence régionale d'appui et conseil en tourisme et développement (Burkina Faso)
BIT	Bureau international du travail
CASFA	Centro de Agroecologia San Francisco de Asis Centre agro-écologique Saint-François d'Assise (Mexique)
CCFD	Comité catholique contre la faim et pour le développement (France)
CEVIED	Centre d'échanges et de voyages internationaux pour études de développement (France)
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
CONAIE	Confederación de nacionalidades indígenas Confédération nationale des peuples indigènes (Équateur)
CONPEHT	Confederacion panamericana de escuelas de hoteleria, gastronomia y turismo - Confédération interaméricaine des écoles d'hôtellerie, de gastronomie et de tourisme

CPTR	Conférence permanente du tourisme rural (France)
CTAvps	Centro turismo acli volontario per le sviluppo (Italie)
CTS	Centro turistico studentesco e giovanile Association de tourisme pour la jeunesse (Italie)
CVGT	Commissions villageoises de gestion des terroirs (Burkina Faso)
Réseau DANTE	Die Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltige Tourismus Entwicklung Groupe de travail pour un tourisme soutenable (Allemagne)
Base de données DANTE	Developpement Assistance Network for Tourism Enhancements
DFID	Department for International Development (Royaume-Uni)
DGCID	Direction générale de la coopération internationale et du développement (France)
DGCS	Direzione generale per la cooperazione allo sviluppo Direction générale de la coopération pour le développement (Italie)
ECPAT	End Child Prostitution in Asian Tourism Mettre fin à la prostitution des enfants liée au tourisme en Asie
EDF	Électricité de France
EZA	Entwicklungszusammenarbeit mit der Dritten Welt Coopération pour le développement du tiers-monde (Autriche)
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
FFDJ	Forces françaises stationnées à Djibouti (Djibouti)
FFEM	Fonds français pour l'environnement mondial (France)
FITS	Forum international du tourisme solidaire
FSP	Fonds de solidarité prioritaire (France)
GIE	Groupement d'intérêt économique
GRET	Groupe de recherche et d'échanges technologiques (France)
GTZ	Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit Agence allemande de coopération technique (Allemagne)
GWU	George Washington University (États-Unis)
IICA	Instituto interamericano de cooperación para la agricultura Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture
IRD	Institut de recherche pour le développement (France)
ITB	Bourse internationale du tourisme (Berlin)
LEGACOOP	Lega nazionale delle cooperative e mutue Ligue nationale des coopératives (Italie)
LVT	Loisirs Vacances Tourisme (France)
M&D	Migrations & Développement (France)
MAE	Ministère des Affaires étrangères (France)
MSTur	Mouvement des Sans Terre - Tourisme Solidaire (Brésil)
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OIT	Organisation internationale du travail

OMT	Organisation mondiale du tourisme
ONG	Organisation non gouvernementale
ONTB	Office national du tourisme burkinabé (Burkina Faso)
PACT	Plan d'action concerté de la province de Taroudannt (Maroc)
PFCE	Plate-forme du commerce équitable (France)
PIB	Produit intérieur brut
PMA	Pays moins avancés
PME	Petites et moyennes entreprises
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
PRAIA	Programme régional d'appui aux indigènes d'Amazonie (Bolivie)
RATSO	Réseau des associations villageoises de tourisme solidaire (Maroc)
REDTURS	Red de turismo sostenible de la region Andina Réseau pour le développement du tourisme durable (Amérique latine)
SCAC	Service de coopération et d'action culturelle - Service français à l'étranger
Sectur	Secretaria de turismo (Mexique)
SMT	Salon mondial du Tourisme (Paris)
SNV	Stichting Nederlandse Vrijwilligers Fondation de volontaires néerlandais - Organisation néerlandaise de développement (Pays-Bas)
TDS	Tourisme et développement solidaires (France)
UNAT	Union nationale des associations de tourisme et de plein air (France)
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
WTM	World Travel Market (Londres, Royaume-Uni)
WWF	World Wide Fund For Nature - World Wildlife Fund Organisation mondiale de protection de la nature

Fair Tourism and Sustainable Development

Tourism is one of the most dynamic sectors in the world and is constantly growing. The current 700 million tourists will be 1.6 billion in a few years. This unprecedented growth mostly benefits wealthy countries and their companies while the populations in developing countries are more and more seriously subjected to the negative impacts of tourism.

For the past decade, initiatives aiming to further different approaches to developing tourism have been multiplying, from the World Tourism Organisation and the International Labour Organisation, to NGOs in the North and South, via some governments. Demand is also moving towards more ethical consumption that fits into a sustainable development perspective.

Several field initiatives seek to organise a supply carried by rural and urban communities in developing countries that had until recently been left on the margin of the tourism process. Isolated and uncertain very recently, these initiatives are coming together and forming federations within national and regional networks. In the North, associative "fair and responsible" tourism agencies are growing. A first international forum devoted to "fair tourism and sustainable development", FITS, brought together a number of these partners from the North and South at the end of 2003 in Marseilles and Provence (France).

A global process is appearing and tends to structure an alternative offer in developing countries and organise demand from developed countries in favour of "other voyages". This social and solidarity movement has a double goal: enable meetings between people and cultures and further the financial benefits for those who need them the most.

This book contains some of the FITS 2003 forum contributions and conclusions and presents a few case studies on local fair tourism initiatives in French-speaking Africa and the Middle East.

Agridoc est un réseau d'information et de documentation financé par le ministère français des Affaires étrangères. BDPA assure l'animation du réseau et la réalisation de produits et services, et le GRET conçoit et édite des publications techniques.

agridoc

Agridoc, un programme destiné aux acteurs du développement rural

Le programme Agridoc s'adresse aux responsables professionnels et praticiens de terrain des pays de la zone de solidarité prioritaire de la Coopération française (Afrique subsaharienne, Afrique du Nord, Asie et Caraïbes). Actuellement Agridoc compte environ 4 000 adhérents.
Agridoc apporte un appui gratuit, variable selon les catégories de membres. Il peut comporter l'envoi du bulletin et de la revue thématique Agridoc, une dotation d'ouvrages et d'articles, l'accès au service questions-réponses ainsi qu'au site Internet (*www.agridoc.com*), une liste de discussion et un flash d'information électronique. Agridoc assure, de plus, la diffusion de documents édités par le GRET.

Décentralisation des activités via les centres relais

Afin de promouvoir l'échange entre les membres, le programme Agridoc décentralise certains services aux utilisateurs via la création de centres relais. Ces derniers facilitent la production et la circulation d'information et assurent une animation locale.
Les centres relais bénéficient d'un soutien financier, logistique et technique. Ils reçoivent les ouvrages, articles et publications diffusés par Agridoc et disposent des bases de données. Le service questions-réponses est en partie décentralisé vers les relais. Cinq centres relais sont actuellement opérationnels : Cameroun (SAILD-CDDR), Côte d'Ivoire (Inades-Cerap), Madagascar (CITE), Maroc (Ena Meknes) et Tunisie (UTAP).

Coordonnées de l'unité d'animation
BDPA - Agridoc
3 rue Gustave Eiffel - 78286 Guyancourt Cedex - France
Tél. : 33 (0)1 30 12 48 40
Fax : 33 (0)1 30 12 47 43
Email : agridoc@bdpa.fr
Site Internet : www.agridoc.com

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Avec le soutien du ministère des Affaires étrangères
Direction générale de la Coopération internationale et du Développement - DGCID
Direction du Développement et de la Coopération technique
20 rue Monsieur 75007 Paris
www.france.diplomatie.gouv.fr

DOSSIER THÉMATIQUE

Tourisme solidaire et développement durable

Le tourisme constitue l'un des secteurs économiques les plus dynamiques au monde. Sa croissance est continue. Les 700 millions de touristes actuels seront 1,6 milliard dans quelques années. Si ce développement sans précédent bénéficie essentiellement aux pays riches et à leurs entreprises, les populations du Sud en subissent de plus en plus gravement les impacts négatifs.

Depuis une décennie, les initiatives visant à favoriser des approches différentes de développement touristique se multiplient, depuis l'Organisation mondiale du tourisme et l'Organisation internationale du travail jusqu'aux ONG, au Nord comme au Sud, en passant par certains gouvernements. La demande évolue également en direction d'une consommation plus éthique, s'inscrivant dans une perspective du développement durable.

Plusieurs initiatives de terrain cherchent à organiser une offre portée par les communautés rurales et urbaines des pays du Sud, jusqu'alors marginalisées du processus touristique. Isolées et balbutiantes il y a encore peu de temps, ces initiatives se rassemblent, se fédèrent au sein de réseaux nationaux et régionaux. Au Nord, les agences associatives de tourisme « solidaire et responsable » se développent. Un premier forum international consacré au « tourisme solidaire et au développement durable » – le FITS – a rassemblé un certain nombre de ces partenaires, du Nord comme du Sud, fin 2003, à Marseille et en Provence.

Un processus mondial apparaît, qui tend à structurer une offre alternative au Sud et à organiser la demande au Nord en faveur « d'autres voyages ». Ce mouvement, social et solidaire, a un double but : permettre la rencontre de l'autre et favoriser les retombées économiques pour ceux qui en ont le plus besoin.

Cet ouvrage reprend une partie des contributions et conclusions du FITS 2003, et présente quelques études de cas d'initiatives locales de tourisme solidaire en Afrique francophone et au Moyen-Orient.

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DÉLÉGUÉ AU TOURISME

Ministère délégué au Tourisme
Ministère de l'Équipement, des Transports, de l'Aménagement du Territoire,
du Tourisme et de la Mer
Hôtel Le Play, 40 rue du Bac, 75007 Paris, France.
Tél. : 33 (0)1 40 81 21 22.

Région
Provence-Alpes-Côte d'Azur

Hôtel de région
27 place Jules Guesde 13481 Marseille Cedex 20
Tél. : 33 (0)4 91 57 50 57.

Prix : 10 euros
Juin 2004
ISBN : 2-86844-149-1
ISSN : 1639-5344

Diffusion :
GRET, 211-213 rue La Fayette 75010 Paris, France.
Tél. : 33 (0)1 40 05 61 61. Fax : 33 (0)1 40 05 61 10.
E-mail : diffusion@gret.org. Site Internet : www.gret.org

emplacement
code barre