

Depuis quelques années, pouvoirs publics, associations et ONG travaillent ensemble à la promotion d'un tourisme solidaire et responsable, avec un double objectif : soutenir le développement d'une offre nouvelle dans les pays les moins avancés, et organiser l'offre actuelle afin qu'elle trouve son public.

# Le tourisme solidaire, levier de développement

Dans le cadre de la politique de coopération internationale, des actions se mettent en place progressivement afin de soutenir le développement de l'offre dans les pays les moins avancés.

**GILLES BÉVILLE**  
Chargé de mission  
Direction du développement et de  
la coopération technique (DGCT)  
Ministère des Affaires étrangères  
(gilles.beville@diplomatie.gouv.fr)

**L**e tourisme est la première industrie planétaire. Avec 694 millions de touristes en 2003, ce secteur représente 12 % du PIB mondial et 200 millions d'emplois (8 %). L'Organisation mondiale du tourisme prévoit 1 milliard de touristes en 2010.

Si la situation internationale récente a entraîné une baisse de 1,2 % des arrivées de touristes internationaux en 2003 (guerre en Irak, Sras, conjoncture économique déprimée), le secteur ne

s'est pas effondré et a prouvé sa grande élasticité, expliquée, selon Francesco Frangialli, secrétaire général de l'OMT, "*par le besoin incompressible de voyages et de loisirs qui caractérise les consommateurs de la société post-industrielle*". Cette baisse a, par ailleurs, principalement touché la région Asie-Pacifique et l'Amérique du Nord. La zone Afrique a, de son côté, connu une progression de 5 %.

Mais ce tourisme international est d'abord l'affaire des pays du Nord. Ce sont eux qui drainent plus de 75 % des flux touristiques et des recettes correspondantes et ce sont les entreprises du nord qui investissent au sud. Il s'agit d'un tourisme de masse fondé sur des investissements lourds en infrastructures. Le



secteur se caractérise par une forte concentration spatiale des investissements et par une forte concentration économique, entre les mains de quelques groupes qui interviennent à l'échelle mondiale.

Dans un processus accéléré de mondialisation, ces acteurs lourds du tourisme de masse "colonisent" de nouveaux espaces, jusqu'alors préservés des flux touristiques, et les populations qui y vivent. Si certaines retombées (apports en devises, création d'emplois, génération de revenus ou amélioration de la balance commerciale) sont réelles pour les pays du sud, elles bénéficient à une minorité. Par ailleurs, les effets négatifs sont considérables, qui vont de la dégradation des sites à l'homogénéisation culturelle, en passant par la spéculation foncière, le renchérissement des prix locaux, l'exploitation de la main-d'œuvre ou le tourisme sexuel.

Le souci de circonscrire les dégâts imputables à un tourisme "prédateur" pour les populations du sud s'est traduit, depuis quelques années, par diverses initiatives :

- élaboration du Code mondial d'éthique du tourisme par l'OMT,
- mise en place, par des voyageurs, de la Charte du voyageur (qui a évolué en label ATR, Agir pour un tourisme responsable),
- élaboration de la Charte éthique du tourisme par le gouvernement français,
- apparition de projets de développement d'un tourisme équitable et solidaire dans divers pays du monde, mis en place par des ONG, du sud comme du nord, ou par quelques tour-opérateurs.

À l'étranger (Angleterre, Allemagne, Suisse, Italie...), les initiatives se multiplient, des réseaux se constituent. En parallèle, on constate que la demande touristique mondiale évolue en fonction des changements socioculturels profonds que connaissent les sociétés développées, avec notamment une attention de plus en plus forte aux effets et retombées de l'acte d'achat et de consommation. Cela se traduit par de nouveaux comportements des touristes et par une demande différente en matière de produits. Une part croissante de voyageurs (environ 5 % du marché, selon les pays) recherche des voyages plus "éthiques" permettant une réelle découverte des autres et une plus juste répartition des retombées financières des séjours.

Démarrées il y a trois décennies en France, des formes de tourisme jugées marginales à leur début ont permis d'explorer de nouvelles approches du tourisme, moins agressives, plus durables. Elles ont à la fois rencontré un public (en devenant des marchés à

part entière) et fait évoluer la réflexion et les pratiques de l'ensemble de la profession (vers un tourisme plus durable). Il s'agit du tourisme rural et du tourisme social qui ont en commun leur attachement à la dimension humaine de la relation touristique et son accroche aux territoires d'accueil, dans une perspective de développement global.

Les fondements communs de ces formes de tourisme responsable et solidaire peuvent se résumer ainsi :

- tous les acteurs du tourisme responsable ont pour objectif de contribuer au développement des populations d'accueil ;

- ce développement passe par la viabilité économique des projets et la maximisation des flux financiers en direction des populations d'accueil, la valorisation des patrimoines culturels et naturels des territoires concernés, l'implication à tous les stades du projet des populations locales qui gardent la maîtrise des opérations liées à la mise en valeur touristique de leurs territoires, la minimisation des impacts négatifs tant sur l'environnement que sur les cultures.

Ces formes de tourisme apparaissent aujourd'hui, en particulier dans le cadre du développement des PED (pays en développement), comme un catalyseur possible de ce développement grâce à la démarche *bottom-up* favorisant la participation des populations et à l'implication forte de la notion de territoire obligeant ainsi à une vision systémique du développement.

C'est vers la diffusion et la promotion de ces démarches que la Direction générale de la Coopération internationale et du Développement, en partenariat avec la Direction du Tourisme et avec la société civile concernée, s'est engagée. ■

## Les actions menées par le ministère des Affaires étrangères et le ministère délégué au Tourisme

### 2001

- Bilan et évaluation des actions de tourisme solidaire de l'ONG Tourisme et développement solidaires (TDS) au Burkina Faso. L'évaluation positive aboutit à l'idée de construction d'un fonds de solidarité prioritaire (FSP) mobilisateur sur la problématique des formes alternatives au tourisme de masse.
- Initiative du cabinet du secrétariat d'État au Tourisme en vue de regrouper et de fédérer les acteurs français du tourisme solidaire, équitable... (participation du bureau de l'action économique et de

la Mission pour la coopération non gouvernementale). Cette initiative permet, en 2002, l'édition, par l'Unat, d'un annuaire-guide du tourisme solidaire co-financé par le secrétariat d'État au Tourisme (SET), le ministère des Affaires étrangères (MAE) et la Direction interministérielle à l'économie sociale (DIES).

- Réalisation d'un bilan des actions de la Mission pour la coopération non gouvernementale en faveur du tourisme durable, émergence d'une doctrine en la matière.

### 2002

- De mai à septembre, élaboration d'une initiative de type II sur le tourisme solidaire en vue du Sommet sur le développement durable (SMDD) de Johannesburg et organisation sur le pavillon français d'un événement sur le tourisme solidaire, avec la participation de plusieurs ONG françaises et du Sud. Réalisation par l'Afit d'une pla-

quette bilingue (français, anglais), en vue du SMDD.

- Octobre, proposition par le Gret (Groupe de recherche et d'échanges technologiques, association de solidarité internationale) de réalisation d'un Forum international sur le tourisme solidaire à Marseille en 2003 : soutien du MAE et du SET.

### 2003

- Février, participation du SET et du MAE (DCT-EAP) à la première réunion des agences de coopération et de développement sur le tourisme responsable, dans le cadre du Reisepavillon (foire de l'éco-tourisme de Hanovre), organisée par la GTZ. Proposition de DCT-EAP d'organiser la deuxième réunion dans le cadre du forum de Marseille.
- Réalisation par DCT-EAP d'une fiche sur le tourisme solidaire pour la stratégie gouvernementale en matière de développement durable (actions à l'international) ; validation par le SET ; stratégie adoptée le 3 juin 2003.
- Juillet, lettre du ministre délégué au Tourisme au Président de la République, lui demandant son soutien dans la promotion du concept de développement solidaire via les "autres formes de tourisme".
- Septembre, validation en comité interministériel du tourisme de la fiche "diffusion à l'international des savoir-faire français en matière de tourisme durable", élaborée conjointement par le SET et le MAE.
- Publication, dans la collection études de la DGCID (Direction générale de la coopération internationale et du développement), d'une analyse de la problématique du tourisme responsable.

- Septembre, Forum international sur le tourisme solidaire à Marseille : participation de 74 pays, 134 participants étrangers. Financement : MAE (60 000 €), plus la participation de 18 postes français à l'étranger pour la prise en charge de 37 intervenants, région PACA (50 000 €), SET (12 000 €)...

• Réunion internationale des agences de coopération organisée par DCT-EAP. Présence des agences des Pays-Bas, d'Allemagne, d'Espagne, d'Italie, d'Autriche, de la France (MAE + AFD, Agence française de développement), ainsi que des financeurs nord-américains et organisations onusiennes (OMT, Pnue, Unesco, Cnuced).

*Principales conclusions* : constitution d'un réseau des acteurs du tourisme responsable, création d'un comité des agences de coopération et bailleurs de fonds du tourisme responsable, partage des informations et échanges d'expériences, mise en place de projets communs.

- Décembre, communication du ministre délégué Léon Bertrand en conseil des ministres sur la stratégie de coopération internationale dans le domaine du tourisme : "mise en œuvre du concept de tourisme solidaire et communautaire".

### 2004

- Janvier, sollicitation du MAE (DGCID) par la Cnuced, en vue de l'organisation d'une réunion inter-agences de coopération en faveur de l'intégration du tourisme comme outil de développement dans la stratégie de la Cnuced XI de juin 2005.
- Février, mise en place d'un groupe de travail sur la formalisation d'une démarche type agenda 21 local tourisme.
- Mars, participation française à l'atelier de travail Cnuced-PMA (pays les moins avancés), à Lisbonne, sur le tourisme responsable.
- Réunion du groupe des agences de coopération en faveur du tourisme responsable, sous l'égide de l'OMT à Berlin, et présentation

de l'initiative ST-EP (sustainable tourism for elimination of poverty) de l'OMT.

- Octobre, participation de la DGCID au forum sur les politiques en matière de tourisme au profit des pays les moins avancés organisé par l'OMT à Washington.

• Avant la fin de l'année 2004, réflexion sur les enjeux du tourisme responsable pour les PMA et répartition des missions entre le MAE et l'AFD, dans le cadre des recommandations du Cigid (comité interministériel de la coopération internationale et du développement) de juillet 2004.



# L'enjeu de l'organisation de l'offre

Organiser l'offre, lui donner une plus grande visibilité, sensibiliser le grand public à ce type de tourisme... Telles sont les principales actions mises en œuvre par l'Unat, soutenue par les pouvoirs publics, en faveur d'un tourisme solidaire et responsable.

Interview<sup>®</sup> de **CARLA RASERA**  
Chargée des relations internationales à l'Unat  
(Union nationale des associations  
de tourisme et de plein air)  
(c.rasera@unat.asso.fr)

Les associations membres de l'Unat défendent l'idée que le tourisme est un partage entre touristes et populations locales. C'est donc tout naturellement que l'union s'est impliquée dans le soutien au tourisme solidaire et responsable. L'action a démarré véritablement en 2001 quand Michelle Demessine, alors secrétaire d'État au Tourisme, a organisé une réunion rassemblant tous les acteurs (associations, ONG, tour-opérateurs...) qui s'auto-définissaient comme faisant du tourisme solidaire.

Un comité coordinateur du tourisme solidaire et responsable a été mis en place, dont la première action a été l'élaboration d'une brochure, intitulée *D'autres voyages, du tourisme à l'échange*, financée par le ministère des Affaires étrangères, le secrétariat d'État au tourisme et la Délégation interministérielle à l'innovation sociale et à l'économie sociale. L'Unat fut chargé de la réalisation

de cette brochure, tirée à 20 000 exemplaires, qui recensait les initiatives existantes. Largement distribuée auprès des partenaires sociaux, de comités d'entreprise, du tissu associatif, des membres de l'Unat, des établissements scolaires..., elle a suscité beaucoup d'intérêt de la part des médias et d'un public "militant" *a priori* sensibilisé.

Sa réalisation a également été l'occasion de poser les premières définitions du tourisme solidaire et responsable (NDLR : lire en page 19). L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et une répartition plus équitable des ressources générées en sont les fondements. L'objectif est d'amener le tourisme à une forme de solidarité concrète avec les populations visitées, comme le soutien à un projet de développement ou la participation à un fonds d'entraide, en s'inscri-

vant dans la durée et la pérennité.

À la suite de cette opération, nous avons continué à travailler et l'Unat, en partenariat avec la CPTR (Conférence permanente du tourisme rural), est à l'origine de la création, en décembre 2003, de la Commission nationale du tourisme responsable et solidaire, qui réunit une cinquantaine d'associations, d'ONG et les ministères des Affaires étrangères, du Tourisme, de l'Agriculture, de l'Écologie et du Développement durable. Son objectif principal consiste à :

- être le lieu de rencontre et d'échange entre les acteurs et partenaires impliqués dans le secteur du tourisme responsable et solidaire (préparation d'avis et de propositions visant à développer le tourisme responsable et solidaire, mise en place d'actions communes) ;
- être un interlocuteur privilégié des partenaires publics et sociaux.

La réalisation d'une nouvelle brochure est prévue pour 2005.

Elle présentera quelques dizaines de structures. Seront présentés les opérateurs spécialisés en tourisme, mais aussi les structures-relais (qui mènent une activité de soutien à des projets de tourisme solidaire nés dans les pays émergents) et les structures d'appui (qui contribuent à la promotion et la commercialisation de voyages de tourisme solidaire dont ils ne sont pas forcément les initiateurs) (NDLR : lire en page 51).

Pour mieux identifier l'offre, un comité de pilotage a entamé un travail de repérage et d'identification des opérateurs, qui ont ensuite été interrogés sur la base d'une grille d'analyse des voyages solidaires et responsables, rédigée en collaboration avec les opérateurs de tourisme solidaire membres de l'Unat.

Cette grille, qui permet de mieux cerner le contexte et le contenu des voyages, s'applique à chaque produit et s'articule autour de cinq éléments fondamentaux : la préparation au voyage, la dimension économique, la dimension sociale, la dimension environnementale la dimension de développement local. Il ne s'agit pas aujourd'hui d'établir un label. Une évolution dans ce sens ne sera envisageable qu'après la mise en place d'un système de contrôle et de suivi des différents projets dans les pays d'accueil. La mise en place, en France et en Europe, d'un label du tourisme solidaire et responsable est l'une des préoccupations majeures des acteurs du secteur.

Au-delà de la participation aux réflexions de la Commission nationale du tourisme responsable et solidaire, l'Unat est partie prenante de l'organisation d'événements liés au tourisme solidaire et responsable, comme le Forum international du tourisme solidaire et du

développement durable, qui a eu lieu à Marseille en septembre 2003, et le séminaire Tourisme social et solidaire au Mali, qui s'est tenu à Bamako en mars 2003.

### SENSIBILISER LE PUBLIC

Nous nous attachons également à sensibiliser le public à la notion de tourisme responsable et solidaire, que ce soit à l'occasion des salons auxquels nous participons ou lors des soirées tourisme solidaire et responsable que nous organisons avec la boutique de commerce éthique et équitable Alter Mundi.

Nous proposons également des modules de sensibilisation au tourisme solidaire et responsable aux comités d'entreprise et, de façon ponctuelle et sur demande, nous pouvons être amenés à intervenir dans des écoles, auprès des délégations internationales, dans le cadre de formations...

Parallèlement, l'Unat a été chargée de réaliser une étude sur la clientèle potentielle de ce type de tourisme. Cette étude, lancée et financée par le ministère des Affaires étrangères, sera terminée au début 2005. Elle s'appuie notamment sur une enquête, menée par la Sofres dans le cadre de l'enquête sur les modalités de départ en vacances, auprès de 400 personnes parties au moins une fois à l'étranger au cours des cinq dernières années. L'objectif est de mieux connaître la demande potentielle :

- comprendre ce qu'il y a dans l'imaginaire des gens quand on leur parle de tourisme solidaire, quelle définition ils en donnent ;
- savoir ce qu'ils en attendent ou en attendraient, ce qui pour eux est le plus important dans un voyage, l'environnement, les gens,

le développement local...

Ces travaux permettront aux acteurs du tourisme solidaire et responsable d'affiner leur communication, avant d'en tirer les enseignements en termes de produits. Pour l'heure, certes la presse s'intéresse de plus en plus à ce type de voyage, mais cette forme de tourisme restent encore très marginale. Peut-être faudrait-il, et c'est l'étude qui le dira, sortir de l'image "militante" véhiculée par le tourisme solidaire et responsable.

Une grande faiblesse du tourisme solidaire et responsable réside dans sa commercialisation. Une possibilité serait de concentrer la commercialisation de ces voyages dans une centrale de réservation, ou encore de lancer une opération par laquelle certains voyageurs et distributeurs parraineraient un produit de tourisme solidaire bien structuré, en le commercialisant par leurs propres réseaux.

\* \*

En France, le tourisme responsable et solidaire souffre encore d'un manque de visibilité et de force commerciale. En Italie, où la commercialisation des produits de tourisme solidaire et responsable est centralisée, la demande dépasse aujourd'hui largement l'offre. Le tourisme solidaire et responsable y constitue un véritable marché, en pleine expansion. Ce n'est encore véritablement le cas en France. Les actions menées en vue de l'organisation et de la communication sur l'offre de tourisme responsable et solidaire ont pour objectif qu'il le devienne d'ici à quelques années. ■

(\*) Propos recueillis par Mylène Leenhardt-Salvan.