

# LE TOURISME RESPONSABLE FACTEUR DE DEVELOPPEMENT DURABLE

RESUME D'ETUDE

## *SYNTHESE DU DOCUMENT « CARACTERISER LE TOURISME RESPONSABLE FACTEUR DE DEVELOPPEMENT DURABLE » DGCID, 2003*

### SOMMAIRE :

Le tourisme : massif, dynamique, expansionniste, concurrentiel, réactif  
En négatif : inéquité, concentration, folklorisation, surconsommation de ressources  
Le tourisme responsable : écotourisme, tourisme solidaire, équitable, « pro-poor », « community-based », durable  
Les faiblesses du tourisme responsable : relations obligées, logique commerciale, modes, crédibilité  
Pour progresser : maîtrise, territoire, contrat, évaluation, certification, éthique  
Changer la perspective : le développement durable par le tourisme responsable  
Le soutien de la France à des expériences innovantes « territoires » et « réseaux »

### **LE TOURISME : MASSIF, DYNAMIQUE, EXPANSIONNISTE, CONCURRENTIEL, REACTIF**

● 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.

#### **Une industrie à forte croissance**

La croissance du tourisme a atteint 7,4% en 2000 et la moyenne s'est établie 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 événements du 11 septembre 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 (ATI) 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 du petit +1,2% de 1991, année de la guerre du Golfe, corrigé par un +8,2% en 1992, en est une manifestation.

● Le tourisme n'est pas une branche d'activité classique. Il est multiforme, dynamique, co-producteur 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, multi-sectoriel, multi-service, multi-métier et multi-produit. 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'affaire 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.

**Le tourisme se caractérise par une grande variété d'acteurs, de logiques et d'attentes. Clients, prestataires et co-traitants 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 bénéfiques, s'accumulent en grande partie dans les territoires d'accueil.**

**EN NEGATIF : INEQUITE, 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'importations, la monoactivité et les monostructures 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 constructions, eau, plages, couverture végétale, essences rares...), 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 : ECOTOURISME, TOURISMES SOLIDAIRE, EQUITABLE, DURABLE, « PRO-POOR », « COMMUNITY BASED », 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 profil 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 pas ou moins saisonniers.
- Des conditions de travail améliorées.
- 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 de certaines traditions, coutumes et cultures locales.
- Une réappropriation culturelle et 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.

● 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 tourismses « *pro-poor* » et « *community based* » 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.

	<b>Ecotourisme</b>	<b>Tourisme solidaire</b>	<b>Tourisme équitable</b>	<b><i>Pro-poor Tourism</i></b>	<b><i>Community Based Tourism</i></b>	<b>Tourisme durable</b>
<b>Territoires</b>	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
<b>Caractéristique</b>	outil de conservation de la nature.	outil de co-financement 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 niveau : 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
<b>Evolution</b>	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
<b>Affinité</b>	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
<b>Repères</b>	satisfait le besoin des clients des pays émetteurs d'une nature préservée.	un pourcentage X du montant d'une prestation ou d'un chiffre d'affaires co-finance/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 « <i>pro-pauvres</i> » 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
<b>Populations</b>	communautés locales.	associations, groupements, communautés villageoises, groupes sociaux minoritaires	communautés locales	communautés locales dites « <i>pauvres</i> »	communautés locales via une représentation choisie par ses membres (coutume, tradition, organisation <i>ad hoc</i> ).	communautés locales via une représentation choisie par ses membres (coutume, tradition, organisation <i>ad hoc</i> ).

Acteurs dominants	agences et T.O.	associations, agences	associations, plateformes/réseaux d'associations, agences	associations, TO, agences, institutions, institutions financières	associations, TO, agences	institutions, entreprises, agences, ONG
Image grand public	nature, détente, élitiste.	peu connue (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, socio-culturels 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.**

#### **Le tourisme responsable à l'issu du Forum International du Tourisme Solidaire 2003**

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

##### **Caractéristiques :**

La démarche est complètement 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, CREDIBILITE**

● 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.

### **Les faiblesses du tourisme 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) contribuant 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...).
- 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.

● 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. Le risque est aussi 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 :**

- **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... ;**

- 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 changent la nature des démarches qui deviennent intégrées et partenariales.

## **POUR PROGRESSER : MAITRISE, TERRITOIRE, CONTRAT, EVALUATION, CERTIFICATION, ETHIQUE**

### **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. 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 et issu du développement du territoire.

### **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 contextualisés, les indicateurs issus du terrain pour le terrain, l'adaptation du général au particulier, le passage de l'évaluation au contrôle, les moyens à mobiliser : une évaluation partagée et co-construite 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 forme 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.

## **Les pistes de progrès du tourisme 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'auto-diagnostic, sur la co-évaluation.
- Garantie externe neutre, incitation/soutien aux mécanismes de reporting.
- 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.

**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 DEVELOPPEMENT DURABLE PAR LE TOURISME RESPONSABLE**

**L'agenda 21 Local 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 « mecano » de la coopération. Elle élimine une partie des griefs fait aux Etats 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 écologie, 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 institutionnelles, 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.**

## **LE SOUTIEN DE LA FRANCE A DES EXPERIENCES INNOVANTES « TERRITOIRES » ET « RESEAUX »**

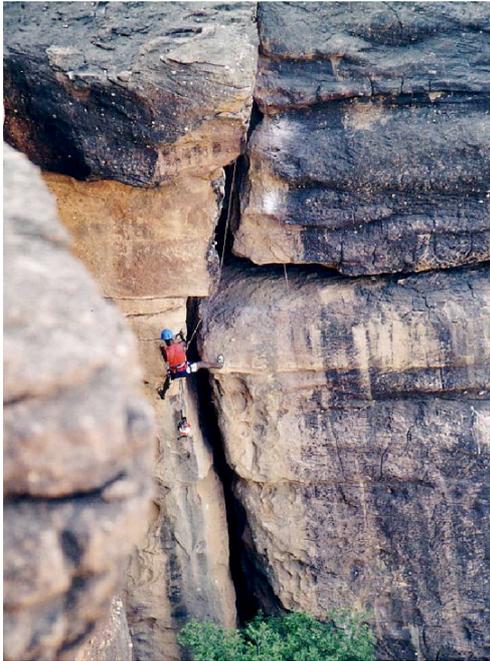
Depuis 1999, le Ministère des Affaires Etrangères soutient des actions innovantes dans le domaine du tourisme solidaire articulé au développement local villageois ou rural. Trois exemples en témoignent au Mali, au Burkina Faso et dans la Corne de l'Afrique.

Mais, suivant en cela les caractéristiques du tourisme et plus encore du tourisme responsable, le Ministère soutient la mise en relation des acteurs, le partage des expériences et la constitution de références opérationnelles. C'est ainsi qu'il a participé pour \*\*\*% au premier forum international du tourisme solidaire, le FITS 2003.

### **MALI : UNE DEMOCRATIE EN ZONE RURALE**

Le projet de Calao et Tetraktys est né dans la suite logique d'une action éducative menée par Calao l'association Karamba Touré et la Cité des Sciences et de l'Industrie, depuis plus de six années vers les enfants pas ou peu scolarisés du Mandé (6000 jeunes concernés à ce jour).

A COMPLETER



## **BURKINA FASO : LE CONCEPT DE VILLAGE D'ACCUEIL**



TDS fonde son approche 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. Il fait sienne l'hypothèse que le tourisme, activité basée 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'agritourisme et du tourisme social tels que développés avec succès en France.

Le projet « Villages d'Accueil<sup>T.D.S.</sup> » est en premier lieu un projet de recherche action visant à expérimenter et perfectionner des formes d'organisations touristiques, allant de la production au niveau des communautés villageoises à la promotion et à la mise en marché 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<sup>T.D.S.</sup> » avec 2 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<sup>T.D.S.</sup> » au Burkina Faso visant à s'autonomiser progressivement (2002/2004)

Une seconde étape visera à créer de nouveaux réseaux de « Villages d'Accueil<sup>T.D.S.</sup> » 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 (CE, associations, collectivités locales, etc.).

## **DJIBOUTI ET ETHIOPIE : DES TERRITOIRES DURABLES PAR LE TOURISME RESPONSABLE**

Débutée en 2000, la démarche d'Agendas 21 Locaux « Tourisme » Issus des Communautés de Base, est territoriale, endogène et utilise le tourisme responsable comme moteur économique mais aussi comme appui, levier et catalyseur d'actions visant développement durable. Elle se distingue des Agendas 21 Locaux traditionnels par une origine locale, non étatique, et par le rôle spécifique joué par un tourisme rural illustrant l'idée de « tourisme-outil » considéré sous ses formes responsables : équitable, durable, solidaire, pro-poor, « éco- ».

Elle est animée par le réseau T2D2 « Tourismes, Territoires et Développement Durable », qui regroupe des praticiens experts et fait office de groupe référent et opérateur grâce à la mobilisation d'associations (SAOLA) et d'entreprises. Elle est soutenue par l'UNESCO et la Fondation pour le Progrès de l'Homme via le Collectif Nationaux des Pactes Locaux.

Deux objectifs sont menés en parallèle :

- Au Sud, animer des démarches de territoires durables par le tourisme responsable pour produire des effets locaux aux niveaux sociétaux, sociaux, économique et environnementaux, depuis la démocratie de proximité jusqu'à la diversification socio-économique en passant par la gestion durable des ressources rares ;
- Au Nord, agréger au réseau T2D2 des opérateurs associatifs, privés et institutionnels pour former une *task force* capables de prendre en charge dans un délai d'une année une partie des actions déterminées localement par les habitants.

Ces deux niveaux doivent produire des enseignements destinés à améliorer les pratiques, mieux orienter les politiques publiques nationales et accroître la cohérence entre les outils financiers et les divers appuis de l'aide publique au développement.

Trois sites pilotes existent en 2003 : deux à Djibouti et un en Ethiopie. Des perspectives d'extension existent pour l'Asie et l'Europe centrale.



## LE FITS 2003

Le forum international « Tourisme solidaire et développement durable » s'est déroulé du 25 au 30 septembre, en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Co-organisé par le GRET, l'UNAT et « Hautes Terres de Provence », avec l'appui de l'Etat (Affaires étrangères, Tourisme, Agriculture et Culture) et des collectivités territoriales de la région. Ce forum a rassemblé, à travers les différentes rencontres, environ 320 participants, tous concernés par une approche alternative 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 17 agences de coopération et de développement, des pays de l'Europe communautaire, des

Nations-Unies et des Etats-Unis. Le but recherché par le Ministère était la mise en place de convergences entre les politiques nationales d'appui au tourisme durable.