

Monique Roulet-Caire (Écomusée du Montmorillonnais)

Responsable du service tourisme

8, boulevard de Strasbourg – 86500 Montmorillon

e-mail : mcaire.ecomusee@libertysurf.fr

Gilles Caire (GEDES, Université de Poitiers)

Maître de conférences en sciences économiques

Faculté de Droit et des Sciences sociales – 93, avenue du Recteur Pineau – BP 623 – 86022 Poitiers Cedex

e-mail : gilles.caire@univ-poitiers.fr

Forum international « Tourisme solidaire et développement durable »
Marseille, 29 et 30 septembre 2003

**Tourisme du Nord et développement durable du Sud :
la contribution de l'« alter-tourisme »**

Version provisoire Draft, 04 octobre 2003

Ce document est également disponible sur le site [tourisme-durable.net](http://www.tourisme-durable.net)
(http://www.tourisme-durable.net/article.php3?id_article=77)

L'organisation de commerce équitable Max Havelaar avait choisi comme slogan pour sa campagne 2003 : « *changer le destin d'un village rien qu'en faisant ses courses* ». Peut-on transposer ce slogan au tourisme en affirmant que l'esprit du tourisme solidaire est de « *changer le destin d'un village rien qu'en y voyageant ?* »

Il est certain que le tourisme, quelle qu'en soit la forme, modifie profondément le futur d'une population, plus que toute autre activité économique. Le développement du tourisme international lorsqu'il s'opère entre le Nord et le Sud est sans doute un facteur majeur du changement sociétal. En effet, contrairement à la production et à l'exportation de biens ou de la plupart des services, le tourisme repose sur le déplacement du consommateur. Il implique ainsi des contacts directs entre :

- touristes et travailleurs des nombreuses activités participant au produit composite qu'est le tourisme,
- touristes et habitants (les "acteurs passifs" du tourisme) même si ces contacts ne sont souvent que visuels,
- touristes et territoire de production.

Dés lors, il nous semble que le point commun à l'ensemble des projets de tourisme solidaire est la volonté de « maîtriser son destin » par un autre tourisme, un alter-tourisme. Ce qui nous conduit à développer trois points :

- 1) Maîtriser son destin, c'est tout d'abord réfléchir et définir un destin désirable ;
- 2) Maîtriser son destin, c'est ensuite choisir les moyens d'y parvenir en tenant compte des réalités du monde qui nous entoure ;
- 3) Maîtriser son destin, c'est enfin se demander si le résultat est conforme à l'attente.

I LE « CAHIER DES CHARGES » DU TOURISME SOLIDAIRE : RESPECTER LES PRINCIPES DU « TOURISME DURABLE »

Trois remarques préalables sur le schéma 1 nous semblent tout d'abord utiles :

1) La définition du tourisme durable que nous retenons est à la croisée de la Charte de Lanzarote de 1995, du Code mondial d'éthique de 1999 de l'OMT et de la Charte des PNR¹.

2) Même si la lecture occidentale de gauche à droite et de haut en bas semble instaurer une hiérarchie, il n'y a pas d'ordre dans les trois dimensions. Certes le rapport Brundtland mettait au premier rang « la satisfaction des besoins élémentaires » et « la responsabilité des nantis », i.e. la dimension d'équité sociale Nord/Sud, alors que depuis la dimension environnementale est devenue prioritaire chez les pays du Nord. Le débat est cependant largement vain car ce qui compte, ce sont les interactions entre les trois sphères.

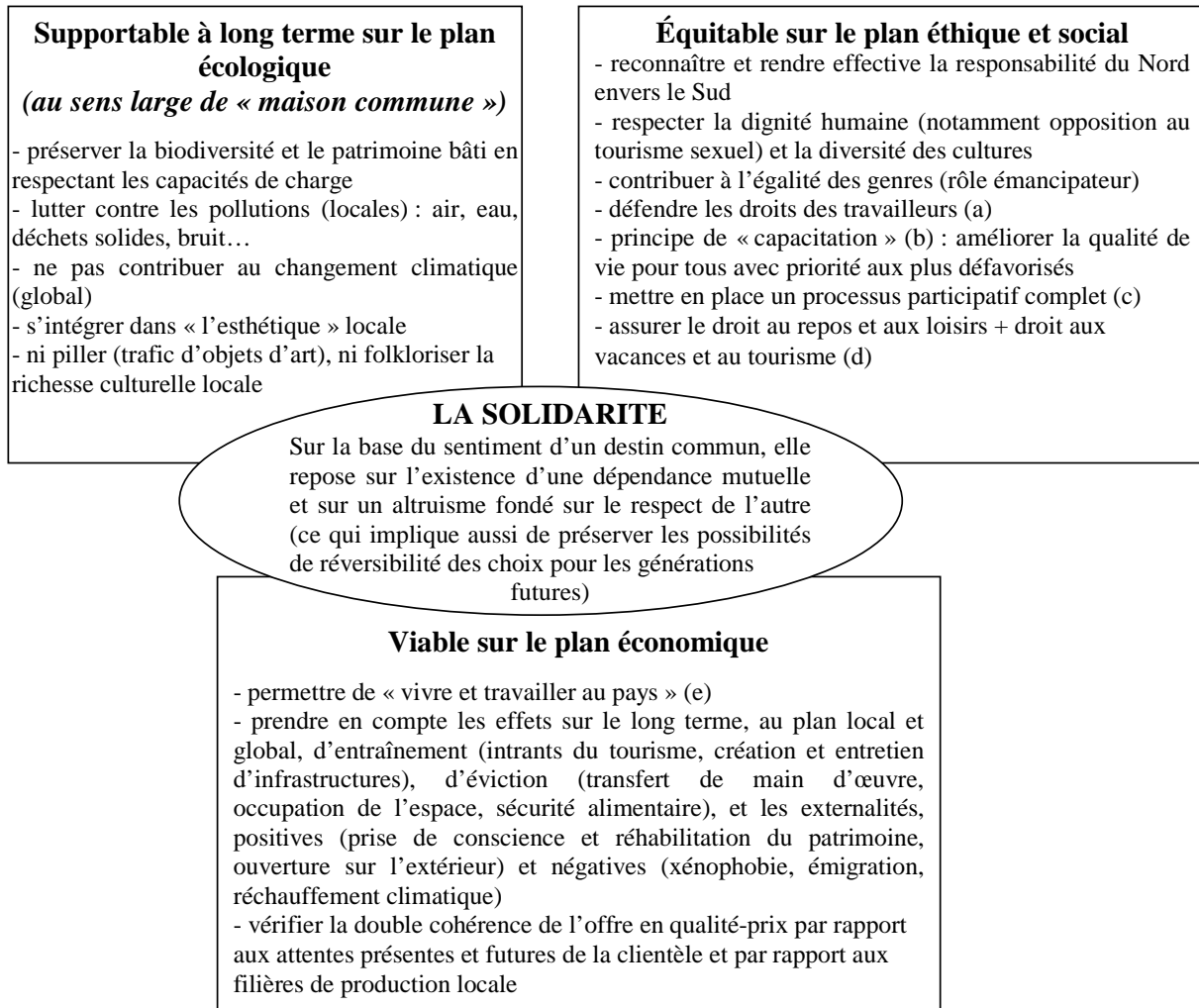
3) Pour nous, le plan écologique doit être entendu au sens de « maison commune », de patrimoine commun au sens large, et intègre donc :

- le patrimoine naturel : faune, flore, terre, sol, forêt...

¹ La définition choisie par la Charte européenne du tourisme durable en espaces protégés (signée en 1998 par 10 parcs naturels régionaux fondateurs de 7 pays différents) a le double avantage de la concision et de l'intégration de l'ensemble des dimensions du tourisme durable : « *toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales, et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés* ».

- le patrimoine paysager (construit par l'homme) : haies, bois, chemins ruraux...
- le patrimoine historique et architectural (y compris le bâti non protégé)
- le « patrimoine de vie » : art, musique, savoir-faire, langue, costumes, gastronomie...

Schéma 1 : les principes du tourisme durable



Commentaires :

(a) Selon nous, un tourisme vraiment durable devrait s'inspirer de la Convention n°172 de l'OIT de 1991 (et de la recommandation n°179 qui lui est liée) sur les conditions de travail dans les hôtels et restaurants. Cette convention soutient l'application de standards relativement identiques pour les travailleurs du secteur de l'hébergement et pour l'ensemble des travailleurs d'un même pays : des heures de travail raisonnablement normales, des temps de repos quotidien et hebdomadaire minimum, un congé payé annuel, une rémunération fixe minimum indépendante des pourboires, une égalité de protection sociale. Cette convention n'a été ratifiée, au 1^{er} septembre 2003, que par 13 pays, dont l'Autriche, l'Espagne, le Mexique, la République dominicaine, la Suisse, mais ni par l'Italie, les États-Unis et la France, qui sont pourtant avec l'Espagne les quatre nations touristiques dominantes.

(b) Par capacité fondamentale, Amartya Sen entend l'aptitude pour les hommes et pour les femmes à éviter la malnutrition, l'ignorance, la maladie et la mortalité précoce, à mener une vie plus pleine et plus longue, à fonder une famille dans des conditions matérielles et émotionnelles acceptables et à participer aux prises de décisions au sein de la communauté. La Capacitation (*empowerment*) correspond alors au développement humain du point de vue sanitaire, économique, social et politique.

(c) Ce processus participatif implique 4 étapes : 1- sensibilisation et information ; 2- choix démocratique du projet ; 3- contractualisation et mise en réseau ; 4- suivi et arbitrage des conflits (notamment sur le foncier).

(d) Le droit aux vacances et au tourisme n'est pas réductible à la seule libre circulation du touriste et au droit aux congés payés, mais implique aussi l'existence d'une politique sociale du tourisme avec notamment une modulation des tarifs.

(e) « vivre et travailler au pays » nécessite de favoriser la création d'emplois locaux décents (ou d'activités rémunérées équitablement), d'assurer l'irrigation effective du tissu local en monnaie et en devises et de contribuer à l'augmentation des recettes fiscales.

Dans notre esprit, le fait d'inscrire la solidarité² au centre de convergence des principes du développement durable, et donc du tourisme durable, n'est pas simplement une façon commode d'opérer le lien entre tourisme durable et tourisme solidaire. Il s'agit surtout de rester fidèle à l'esprit du rapport Brundtland, qui rappelons-le s'intitulait « *Notre avenir à tous* ».

II COMMENT RÉALISER CETTE AMBITION DE TOURISME DURABLE DANS LES PAYS DU SUD ?

Très schématiquement, trois voies d'accès au tourisme durable sont envisageables pour les pays du Sud : faire confiance aux capacités d'autorégulation du marché du tourisme ; compter sur la régulation publique, mettre en œuvre des projets de tourisme solidaire.

La première logique repose sur l'idée qu'il existerait dans le tourisme une sorte de « main invisible » conduisant à la durabilité. Il serait en effet de l'intérêt bien compris (rentabilité de long terme) des opérateurs du tourisme d'avoir des préoccupations humanitaires, environnementales et sociales. Ainsi le groupe Accor (3^e rang mondial dans l'hôtellerie), considère le tourisme comme une industrie lourde car l'amortissement de ce type d'investissement se fait sur 30 ou 40 ans. En conséquence, « *le tourisme durable pour nous [Accor], c'est un patrimoine qui représente un réel intérêt à caractère permanent avec une protection garantie, c'est une appropriation du projet par la population locale et c'est un équilibre naturel d'exploitation* » (*Vers un tourisme durable*, p.23). De même pour le secrétaire général de l'OMT, F. Frangialli, il existerait une convergence certaine entre les principes du développement durable et la durabilité des profits du tourisme conventionnel : « 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. » (juillet 2001). Pour nous la réalité du comportement effectif des multinationales touristiques du Nord dans les pays du Sud, en termes d'exploitation de la main d'œuvre et de gaspillage des ressources non marchandes, montre que cette convergence est pour le moins imparfaite.

En complément, le comportement éthique des entreprises assurerait une auto-responsabilisation du capitalisme. A cet égard, l'alinéa 5 de l'article 9 du Code Mondial d'éthique nous paraît là encore exemplaire d'un certain « angélisme » :

« Facteur irremplaçable de solidarité dans le développement et de dynamisme dans les échanges internationaux, les entreprises multinationales de l'industrie touristique ne doivent pas abuser des situations de positions dominantes qu'elles détiennent parfois ; elles doivent éviter de devenir le vecteur de modèles culturels et sociaux

² Du point de vue étymologique, la solidarité dans le Code de Justinien (529) signifiait l'interdépendance des débiteurs (sens conservé aujourd'hui dans le Code civil). De fait le développement durable reprend cette idée d'interdépendance et de dette commune, mais envers toute l'humanité présente et future.

artificiellement imposés aux communautés d'accueil ; en échange de la liberté d'investir et d'opérer commercialement qui doit leur être pleinement reconnue, elles doivent s'impliquer dans le développement local en évitant par le rapatriement excessif de leurs bénéficiaires ou par leurs importations induites, de réduire la contribution qu'elles apportent aux économies où elles sont implantées. »

Enfin, afin d'éviter le problème du passager clandestin³, les processus de certification volontaire (codes, labels, récompenses, chartes) permettraient de trier les « bons samaritains » (les entreprises responsables) des « brebis galeuses » (les entreprises prédatrices). En dehors du fait que l'inflation de labels et de certifications les rend « inaudibles » auprès des touristes, qu'ils se cantonnent souvent à l'environnemental, et qu'ils ne relèvent parfois que d'un simple argument de marketing, il nous semble que ces procédures d'auto-détermination des règles, d'auto-adhésion, d'auto-contrôle et d'auto-sanction comportent de nombreuses failles.

Peut-on inversement ne compter que sur une régulation publique du tourisme ? Les instruments « classiques » aux mains des pouvoirs publics sont de deux sortes :

- la réglementation accompagnée de sanctions en cas de non-respect : planification touristique (comme les POS) ; normes antipollution ; droit du travail, salaire minimum ; préférence nationale - octroi de licences, prescriptions en matière d'emplois locaux ou d'intrants, obligation de joint-ventures avec des partenaires locaux- ; mesures de sauvegarde concurrentielle...

- la redistribution : Sécurité sociale pour les travailleurs du tourisme (et notamment, pour les saisonniers) ; formations touristiques publiques afin d'assurer l'égalité des chances ; impôts sur les entreprises de tourisme en vue de financer des infrastructures bénéficiant à toute la population ; écotaxes et subventions pro développement durable ; politique sociale du tourisme...

Cette seconde voie, à nos yeux indispensable et complémentaire des deux autres voies, connaît cependant certaines limites tenant à la dérégulation concurrentielle entre États, à l'idéologie libérale dominante, et pour les pays du Sud à la faiblesse (voire la corruption) de l'appareil étatique.

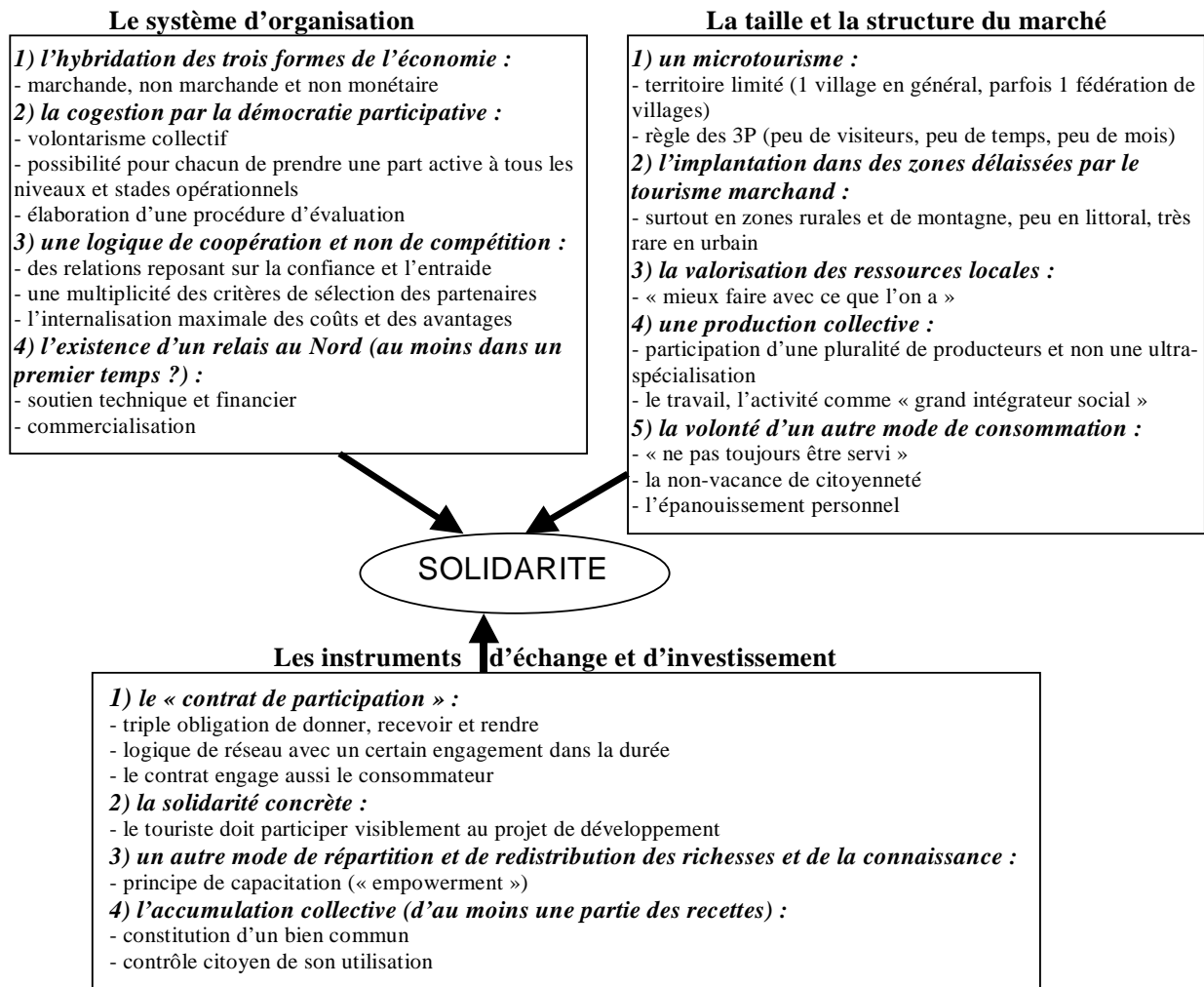
La troisième voie vers un tourisme durable repose sur le tourisme social⁴ et solidaire, c'est-à-dire sur l'intégration du principe de solidarité au cœur même des processus de production et de consommation touristiques. L'intégration du principe de solidarité⁵ se fait à trois niveaux : le système d'organisation, la taille et la structure du marché, les instruments d'échange et d'investissement.

³ En économie, un agent se comporte en passager clandestin (*free rider*) lorsqu'il cherche à bénéficier du service rendu par un équipement collectif (ici le milieu environnemental et social, matière première du tourisme) sans acquitter le prix correspondant aux avantages qu'il en tire.

⁴ Le tourisme social a pour première vocation d'élargir l'accès au tourisme. Néanmoins les préoccupations de développement local (notamment rural), d'aménagement du territoire, et de conditions de travail et de droits sociaux sont aussi au cœur de son projet.

⁵ Chaque expérience est singulière : le territoire et la société d'accueil sont uniques ; les types d'acteurs sont différents. Face à ce constat, nous ne cherchons pas à définir et à nomenclaturer les différentes formes revendiquées d'alter-tourisme (le tourisme alternatif, intégré, solidaire, équitable, responsable, communautaire, pro-poor, l'écotourisme ...). Nous ne dégagerons donc pas un socle commun par le « plus petit commun dénominateur » des pratiques existantes (resterait-il quelque chose ?), mais plutôt en recherchant les similitudes de discours, par « l'état positif atteint », une sorte d'aboutissement idéal qui se concrétiserait sur le terrain, sur une destination (A. Laurent). Autrement dit ce qui nous intéresse ici ce n'est pas le réalisé mais ce que l'on voudrait réaliser.

Schéma 2 : Mise en pratique du tourisme durable par le tourisme solidaire



Commentaires :

A- Le système d'organisation

1) L'économie marchande (entreprises à but lucratif, logique de profit) est concernée au minimum à travers le transport aérien (il n'existe pas à notre connaissance de compagnies aériennes à but non lucratif). Mais le projet peut aussi impliquer un tour-opérateur éthique, des guides ou des artisans-taxi indépendants...

L'économie non marchande (but non lucratif) constitue le cœur du projet, mais peut combiner des formes très diverses : associations, coopératives, pouvoirs publics locaux, nationaux et étrangers, ONG...

La place du non monétaire est également essentielle : économie domestique et de voisinage, bénévolat, militantisme... Le tourisme solidaire fait ainsi appel au don, au parrainage, au troc, à la réciprocité, au dialogue, à l'hospitalité, aux échanges amicaux.

2) Cette cogestion permet aux autochtones d'être les instigateurs et non les figurants du projet touristique. En retour la démocratie, la participation citoyenne favorise une dynamique de socialisation des individus et de « solidarisation » de la société. Elle doit intégrer non seulement l'ensemble des « parties prenantes » à la production, mais aussi les « acteurs passifs » du tourisme que sont les autres habitants du territoire.

Bien évidemment, ce processus nécessite du temps (apprentissage) et de la psychologie (résistance au changement), ainsi que l'institutionnalisation d'un comité de gestion et de suivi.

3) Cette culture de la coopération et de la non-externalisation systématique (rejet des nuisances sur l'autre), renforce le caractère d'assemblage du produit touristique. La rentabilité financière n'est plus la seule unité de mesure. La règle du moins disant s'efface derrière des critères d'éthique et d'équité.

4) Ce relais peut être une ONG internationale, une association locale, un TO responsable... Mais dans tous les cas, deux éléments semblent fonder la nécessité de ce relais :

i) un besoin d'aide technique et financière, à savoir :

- savoir-faire touristique (expertise, conseil, formation, audit des ressources et opportunités, analyse des marchés existants et potentiels) ;

- animation, sensibilisation des touristes avant le départ, médiation culturelle ;

- soutien financier et assuranciel (à double sens : il s'agit de garantir la régularité du revenu et de couvrir les risques encourus par les touristes).

ii) le mouvement de mondialisation libérale, par les rapports de domination économique et symbolique qu'il provoque et par l'idéologie économique et culturelle qu'il véhicule, marginalise les expériences surgies du Sud. L'organisation-relais permet de s'émanciper des multinationales du tourisme en proposant un autre accès aux consommateurs du Nord.

B- La taille et la structure du marché

1) Le choix de la petite échelle s'appuie sur 4 raisons :

- moindre perturbation et déstructuration de la société locale ;

- volonté de privilégier la qualité à la quantité, du service mais aussi de la démarche ;

- meilleure échelle pour rendre accessible la notion de développement durable ;

- assurer une cohésion sociale et un contrôle maîtrisé grâce à la proximité.

2) Le tourisme solidaire plutôt que de rentrer en concurrence « frontale » avec le tourisme traditionnel sur les grandes destinations, cherche au contraire le plus souvent à se différencier et à s'occuper des plus isolés.

3) Jouer sur l'identité territoriale et culturelle, sur les savoir-faire et l'habitat traditionnels, sur l'autosuffisance alimentaire permet :

- de retenir sur place les bénéficiaires ;

- de s'intégrer au mieux à l'existant ;

- de se démarquer du standardisé, en s'appuyant sur « l'authenticité » et la « couleur locale ».

Cela implique de la part du touriste d'accepter de partager, au moins en partie, les contraintes (logement, alimentation, eau) vécues au quotidien par la population.

4) Cette production collective et le refus d'une division absolue du travail reposent sur 4 arguments :

- une méfiance par rapport au caritatif et une opposition à la mendicité ;

- l'habitude, la professionnalisation est source de moins de spontanéité et de chaleur ;

- une certaine réticence au salariat, à la « marchandisation » du travail ;

- l'ambition d'une satisfaction des individus au travail.

5) Ce refus d'une consommation passive et « consumériste » (au sens de destruction) et du « toujours plus à un prix toujours plus faible » se traduit par :

- une animation collective, de groupe, par opposition au haut de gamme individualisé et individualiste ;

- une pleine participation du touriste à la construction du « produit » à travers les activités de la communauté ;

- une recherche d'auto-éducation et non du plaisir immédiat ;

- une aspiration à prendre son temps et à ne plus compter sur une « sur-organisation » du séjour ;

- le respect des rythmes de vie traditionnels, familiaux et collectifs, sur le quotidien, les saisons le calendrier des fêtes...

C- Les instruments d'échange et d'investissement

- 1) Ce contrat peut être formellement un contrat commercial ou de travail, mais il est surtout moral de « don, contredon », et d'objectif concerté. Autrement dit « l'essentiel est invisible » (M. Rocard) et se situe dans la création de richesses culturelles et sociales ;
- 2) Le « geste » du touriste peut prendre des formes différentes : contribution financière (majoration du prix du forfait), actions de bénévolat sur place, militantisme au retour ou envoi de matériel, sur-rémunération des producteurs au regard des conditions locales... Le don « de la main à la main » ou l'intervention directe sans contrôle des responsables sont par contre exclus.
- 3) Ce partage des recettes qui ne suit pas le principe cher aux économistes libéraux de rémunération à la productivité marginale, s'explique aussi par l'impossibilité de mesurer cette productivité marginale dans le cadre d'une production par nature collective et en grande partie culturelle et sociale.
- 4) Ce refus d'une individualisation totale des recettes permet la constitution d'un patrimoine commun au service du développement durable : dispensaire, école, coopérative agricole, puits, irrigation, assainissement, caisse de micro-crédit, entretien de l'écosystème...

Au-delà de ce socle (relativement) commun, il existe des divergences entre les expériences qui traduisent certains désaccords, et surtout qui révèlent des questions en suspens ou oubliées car parfois dérangeantes.

III LES DEFIS AUXQUELS LE TOURISME SOLIDAIRE DEVRA REPENDRE

1 – Faut-il faire entièrement confiance au tourisme (même durable et solidaire) ?

- Il convient tout d'abord de s'interroger sur **la compatibilité du tourisme avec les autres activités économiques**, compatibilité en partie liée à la saisonnalité. Cette saisonnalité recouvre ici à la fois la période extrêmement courte où les touristes du Nord sont disponibles, en vacances, et également la période où la population locale est susceptible d'être mobilisée par différents travaux, notamment agricoles.
- **C'est une activité très dépendante de facteurs internationaux** (sécurité, conjoncture économique, conflits politiques...). C'est un choix de développement qui repose sur une stratégie tirée par les exportations. On envisage le développement local en fonction d'une demande touristique qui provient de l'extérieur... Il est évident que la guerre, le terrorisme, les épidémies peuvent bloquer cette orientation.
- Le tourisme est une activité complémentaire des autres secteurs économiques. Cela revient à dire **qu'il est impossible de faire du tourisme durable isolément**. D'une part parce que ce n'est pas le seul village, la seule communauté choisissant de s'impliquer dans un projet touristique, qui va être concerné par cette décision, mais une zone beaucoup plus large qui de gré ou de force en subira les conséquences, comme par exemple, le risque de pressions inflationnistes. De fait cela nous conduit également à nous interroger sur ce qui relève du libre choix ou du choix forcé du tourisme. Or c'est un aspect essentiel en termes notamment de relationnel et d'implication dans le projet touristique....

D'autre part ce développement touristique avec la diversification qu'il implique, est associé soit à un encouragement à la polyvalence ou au contraire à une spécialisation des rôles. Ceci peut engendrer une notion de hiérarchie au sein de la communauté et ainsi perturber l'ordre établi...

2 – Le touriste caméléon existe-t-il ?

- **Le touriste est par définition un élément perturbateur.** La particularité du tourisme est qu'il repose sur le déplacement et la rencontre des individus. Cela conduit inévitablement à une confrontation (positive ou négative) qui sera d'autant plus grande que les cultures, les modes de vie, les normes sont éloignées les unes des autres.

Dans la plupart des projets touristiques solidaires, l'accent est mis sur la rencontre (parfois qualifiée de fortuite et d'improvisée) et repose sur le fait que les hôtes trouvent naturellement sympathique chaque individu du simple fait qu'ils en voient peu (exemple 2 ou 3 familles de touristes/an) et sur une tradition d'accueil pré-supposée. Ces garde-fous sont-ils suffisants quand on sait que la sympathie entre individus ne se décrète pas ?.

- De plus, une fois rentré chez lui, même le plus respectueux des touristes laisse derrière lui une empreinte culturelle, sociale, économique ou environnementale (même s'il n'y a qu'une seule case en plus dans le village, problème de la gestion des déchets...).
- D'autant que dans les projets solidaires, il y a toujours un risque **d'incompréhension entre un Nord en vacances et un Sud au travail**. Aspect qui peut également être connoté de rapports de pouvoir, de supposé supériorité d'une race par rapport à l'autre...(héritage culturel, poids de l'esclavagisme par exemple).
- **Derrière l'authenticité, existe aussi le risque de sclérose et d'exotisme à tout prix.** Pour répondre à ces demandes d'inédit, de (grandes) découvertes, certains décrivent leur projet en utilisant les mots de « vitrines vivantes », « d'éco-villages » (projet en Guadeloupe). Attention aux termes utilisés qui peuvent être mal interprétés. En effet, ces termes peuvent aussi bien s'inscrire dans une démarche dynamique et être très positifs aux yeux de certains, alors que d'autres peuvent y voir des risques de « réserves », « d'exposition coloniale » pour être provocateur.

3 – Quelle clientèle ?

3-1 : Est-ce que l'on veut plus de touristes solidaires ? Sur une destination ? Ou sur plus de destinations ouvertes au tourisme solidaire ?

- **Vers une commercialisation à plus grande échelle ?** Nous pourrions qualifier la commercialisation actuelle de commercialisation à petite échelle et militante. Nous aurions également tendance à dire que si on estime que cela suffit, très bien ne changeons rien. Par contre si l'on souhaite développer cet axe il convient d'étudier l'existant pour se projeter vers une autre phase.
- **Le tourisme solidaire est souvent qualifié de tourisme (trop) élitiste et favorisé financièrement.** Mais comparons ce qui est comparable. Certes par rapport au tourisme de masse qui est bradé à nos yeux, ce tourisme peut sembler plus cher, mais à qui la faute ? Le rapport qualité/prix/nombre de participants est tout à fait comparable (voire moins cher) que d'autres produits touristiques du type culturel ou rural (voire les 2). Sur l'aspect financier, rien n'interdit de réfléchir à une modulation des tarifs calquée sur ce qui est pratiqué dans le cadre du tourisme social. Des partenariats restent à nouer (Comités d'entreprise, ANCV...), d'autant que le tourisme solidaire ou responsable est également un processus applicable pour certaines formes de tourisme en France (où ces passerelles existent déjà, il ne reste qu'à les emprunter...) ou en Europe.

- **Le tourisme solidaire s'adresse à une clientèle déjà sensibilisée.** Cet aspect est généralement présenté comme négatif alors que pour nous au contraire c'est un point à valoriser. Premièrement parce qu'il faut bien commencer avec une cible. Deuxièmement parce que ces personnes sont les meilleures ambassadrices du tourisme solidaire (répercussion en terme de crédibilité et non de simple argument défendu à des fins commerciales). De plus encourager le système de parrainage permettrait, outre des économies réalisées au niveau de la commercialisation, de construire la notion de réseau (client/offre).
- **L'ouverture vers d'autres clientèles :** là aussi bien des défis restent à relever. Le tourisme solidaire peut être concilié avec d'autres formes de tourisme, plus traditionnelles : un élément dans un circuit, en extension à un tourisme balnéaire ou culturel...en partant du principe que l'on ne modifie pas les comportements d'un coup de baguette magique. (pallier les réticences, dues en partie à la crainte que toute nouveauté suscite). Au cours d'une vie « on est plusieurs touristes à la fois ». Il nous semblerait intéressant également de toucher la clientèle de proximité ou relative proximité et/ou partageant des points communs avec les territoires ou les populations d'accueil (issus du monde agricole, migrants, expatriés...). Cela permettrait aussi l'atténuation des chocs culturels et des problèmes de langues. De plus, les échanges scolaires, les comités de jumelage, les chantiers internationaux.... sont autant de champs d'expérimentation et de passerelles humaines entre la coopération décentralisée et le tourisme solidaire.
- Au niveau de la commercialisation, des économies en amont sont possibles en **mutualisant les moyens**, par exemple : regroupement des offres au sein d'un pool chargé de la commercialisation (type fédération)...

3-2 : (si on a répondu oui en 3.1) Dés lors demandons-nous si le tourisme solidaire correspond vraiment aux attentes de la clientèle du Nord.

Le discours :	Les tendances actuelles :
Recherche d'authenticité, de rencontres, discours humaniste	<ul style="list-style-type: none"> • On s'aperçoit que pour beaucoup de nos concitoyens le tourisme standardisé (de masse) reste toujours aussi attractif. • Repli sur soi : montée du bricolage, du jardinage...encore plus perceptible en cas de peurs sanitaires (cf. .SRAS)
Refus du « bronzer idiot » et du « Sea, Sex and Sun »,	<ul style="list-style-type: none"> • En vacances, la première occupation des Européens restent tout de même « ne rien faire ». Il convient donc d'être vigilant à l'écart entre « des intentions d'activités pour les vacances » et la réalité des pratiques. Quant au tourisme sexuel, il ne cesse de progresser...
Recherche d'informations préalables aux voyages	<ul style="list-style-type: none"> • Les choix de dernière minute sont de plus en plus fréquents ce qui pose des problèmes de sensibilisation préalable et également d'organisation. Peut-être serait-il bon de rappeler au candidat voyageur que le reste du monde n'est pas immédiatement à sa disposition (formation)...
Le tourisme repose sur du rêve	<ul style="list-style-type: none"> • Définition de l'ailleurs, de l'évasion ? • Problème de confrontation des images du rêve avec la réalité

4 – Comment distinguer le « bon grain de l'ivraie » ?

- **Durant la phase de lancement, il convient peut-être de s'autoriser le droit de ne pas respecter intégralement tous les principes du tourisme durable.** Sinon le risque existe de rester au stade des pures intentions. Or des phénomènes de survie ou de misère peuvent être plus dévastateurs qu'une activité touristique (santé, déforestation...). Il faut accepter une démarche graduelle et progressive, une montée en puissance, une souplesse au regard des circonstances locales, une réactivité en repensant les actions pour mieux atteindre les objectifs.
- **Existence de comportements opportunistes et publicitaires.** Les groupes internationaux de tourisme (mais aussi certains voyagistes de plus petite taille) ont tendance à récupérer le terme solidaire, mais plus comme un alibi ou un argument promotionnel que pour réellement se remettre en cause.
- **Se pose aussi le problème de la certification et de la déclaration d'intention.** Qui contrôle ? Quel contenu ? En sachant « que l'essentiel est invisible » et qu'il convient de ne pas mesurer le tourisme solidaire avec les mêmes indicateurs que le tourisme de masse...
- **Non transparence de l'information par peur d'incompréhension.** Pédagogie de l'impossibilité du 0 % de taux fuite. N'oublions pas non plus qu'au Nord aussi les salariés du tourisme occupent souvent des emplois précaires. Aussi une répartition contribuant à allonger ou à pérenniser leur emploi n'aurait rien de déshonorant...
- **Durée de vie effective des projets.** Comment mesurer les impacts sur la communauté d'accueil avant qu'il ne soit trop tard ? Recul insuffisant pour les expériences nouvelles. En outre on parle de celles qui ont réussi, rarement (voire jamais) de celles qui ont échoué alors que d'un point de vue pédagogique elles sont souvent plus intéressantes.

5 – Le touriste tombe-t-il du ciel ?

- **Dans la plupart des Pays en Développement, 80 % des touristes arrivent en avion.** Dans la majorité des cas, les produits touristiques solidaires pensent à limiter, gérer, encadrer le transport sur place. Par contre ils négligent souvent l'impact du transport en amont. Or cela a des répercussions d'un point de vue écologique bien entendu (réchauffement climatique), mais également financier (entre 30 et 60 % du prix du forfait), et dans la gestion : risque d'encouragement à la sous-tarifcation des transports (charters) et au positionnement des compagnies du Nord (au détriment des compagnies locales).
- **Disproportion entre distance et temps de séjour.** La lenteur est une composante du voyage (sinon on se déplace mais on ne voyage pas). Elle renforce la notion de dépaysement, c'est un élément fondamental du voyage.

6 - Que veut-on comme développement ? (Au-delà du consensus sur le développement humain)

Tout le monde est d'accord sur un objectif de développement humain en termes de droits d'accès à la santé, à l'éducation, à l'égalité des genres et de réponse aux besoins vitaux au Nord comme au Sud. Mais au-delà ?

- **Ne pas imposer une vision du Nord** : en sortant du modèle basé sur l'assistanat et la sur-valorisation du libéralisme et du capitalisme. A contrario peut-on refuser au pays du Sud notre modèle de vie et décréter de façon unilatérale que la meilleure voie pour eux est un développement lent et contrôlé. (« fais ce que je dis, mais pas ce que je fais »).
- **Réhabiliter la légitimité de l'État** : le tourisme solidaire contribue à la critique permanente de l'État, à travers l'idée de « chaque village pour soi ». Or la planification et le paiement de l'impôt (entreprises, particuliers) sont des formes de solidarité, la solidarité volontaire a ses limites. La durabilité interne ne doit pas être obtenue au détriment de la durabilité externe du territoire. Cela implique le besoin de grandes infrastructures (électricité, téléphone), de politiques macroéconomiques (politique de change notamment), et la nécessaire péréquation entre territoires. *La politique gouvernementale ne peut assurer le développement durable à elle seule, mais elle est d'une formidable utilité.*
- **S'intégrer dans un alter-mondialisme** : le tourisme solidaire s'isole du capitalisme, se débrouille, dans l'économie libérale, mais « n'est-ce pas vider avec une petite cuillère l'océan de la pauvreté » (qui est toujours alimenté par les fleuves du capitalisme mondial) ? Le tourisme solidaire, c'est certes *agir localement* (mécanismes de subsidiarité active impliquant les acteurs sur le terrain), mais c'est aussi *penser globalement* (réformer les institutions mondiales et les modes de négociation internationale par le discours des ONG).
- **En construisant du tourisme solidaire, on construit aussi de la citoyenneté au Nord.** Le Sud a à apprendre au Nord : la solidarité porte en elle une réciprocité de l'échange. Or dans le développement durable ou dans le cadre de projets de tourisme solidaire si l'accent est mis sur ce que le Sud peut apprendre du Nord, l'inverse est souvent vite passé sous silence. Pourtant le Sud peut apporter beaucoup au Nord. En termes de lien social, de gestion des biens matériels et immatériels (gestion du temps par exemple), en termes de solidarité intergénérationnelle... Reste à voir s'il est également possible de développer des projets de tourisme solidaire internes à nos pays du Nord.
- **Enfin le système éducatif, où les résultats sont perceptibles à long terme, doit parler du tourisme solidaire.** C'est à la fois une éducation au développement du citoyen mais aussi du touriste de demain.

CONCLUSION : LE DEVELOPPEMENT DURABLE EST-IL UN IMPÉRATIF EXIGEANT, TROP EXIGEANT ?

Nous avons posé plus de questions qu'apporté de réponses, fait plus de critiques que relevé les bénéfices effectifs⁶, aussi nous voudrions finir sur une note plus positive. Il nous semble que l'objectif qui réunit l'ensemble des expériences, et qui peut constituer le fondement du tourisme solidaire, c'est d'essayer de « **faire richesse ensemble** », expression employée par Jean Viard à propos du tourisme rural.

Une valeur commune : « faire richesse ensemble »

FAIRE	construction, projet, dynamique, expérimentation créatrice, initiative, motivation et militantisme	PAR OPPOSITION AU LAISSER FAIRE, à la copie ou à la simple adaptation, à l'attentisme et aussi à l'immobilisme et au conservatisme de toute sorte
RICHESSSE	multidimensionnelle : - au sens humain (étendre les capacités de chaque être humain) ; - au sens économique sur le court terme (subvenir aux besoins essentiels) et sur le long terme (progresser vers un mieux-être) ; - au sens social (créer ou renforcer le lien social, la fraternité et le dialogue) ; - au sens environnemental (préserver et améliorer ce patrimoine commun) D'où l'innovation n'est pas seulement technico-économique, mais aussi sociale et culturelle (vivre, travailler, consommer autrement)	PAR OPPOSITION A L'UTILITARISME ET A LA MAXIMISATION DU PROFIT, à la seule rentabilité financière, au comportement prédateur
ENSEMBLE	- Solidarité Nord/Sud ; - Solidarité au Sud par prise en compte de tous les groupes sociaux, ethniques, des deux genres, de toutes les générations (y compris celles à naître) Solidarité dans la participation au FAIRE (s'entr'apprendre et entreprendre ensemble) et dans la répartition de cette RICHESSE	PAR OPPOSITION A L'INDIVIDUALISME, au nationalisme, au racisme, à l'ostracisme, au phalocratie, au pouvoir économique et politique censitaire

En cherchant à faire coexister un idéal (le développement durable) et sa réalisation présente et effective, le tourisme solidaire constitue **UN CHAMP D'EXPERIMENTATION POUR LE TOURISME DE DEMAIN**, et peut-être au-delà d'une alter-production et d'une alter-consommation. C'est pourquoi il nous semble qu'il **ne faut pas analyser le tourisme solidaire avec les indicateurs traditionnels**. Ce n'est pas l'impact macro-statistique qui

⁶ Au niveau microsocial, en termes d'engagements dans le temps, il existe un réel impact du tourisme solidaire dans le contexte de fragilité politique, alimentaire, sanitaire, démographique du Sud. Le tourisme solidaire même imparfait est réellement positif.

compte (en % de touristes ou de séjours internationaux, en termes de recettes pour les PED impliqués), ni même le nombre d'organisations ou de projets. Il faut plutôt relever son influence grandissante sur les mentalités (consommateurs, gouvernements, organisations internationales, multinationales, syndicats), en somme son pouvoir de contamination, de conscientisation des dysfonctionnements des mécanismes de l'économie de marché (même corrigée par un Etat Providence) sur l'humain et l'environnement. Il en va du tourisme solidaire comme de l'économie solidaire : « C'est avant tout une économie d'actes qui s'inscrit dans l'émergence d'une nouvelle modalité du changement et de la transformation sociale » (E. Dacheux). La crise actuelle du tourisme, qui est plus sécuritaire (épidémie, terrorisme, conflits militaires et politiques) qu'économique (baisse des revenus au Nord), est aussi une chance pour progresser dans des approches plus responsables.

BIBLIOGRAPHIE

- CAIRE G., ROULLET-CAIRE M. (2001), « L'évolution du tourisme rural en France », in Faugère, Kartchevsky (eds), *Philosophie, travail, système(s) – hommage à Guy Caire*, L'Harmattan, 2001
- CAIRE G., ROULLET-CAIRE M. (2002), « Le tourisme peut-il être un élément de développement durable ? » in *Les enjeux du développement durable*, Orcades, Poitiers
- CAIRE G., ROULLET-CAIRE M. (2003), « Les propositions du patronat en matière de tourisme « durable » ou le retour au libéralisme du XIX^e », *Site tourisme-durable.net*
- CAIRE G. (2003) « Mondialisation du tourisme et régulation sociale postfordiste », in Euzeby C. (ed.), *Mondialisation et régulation sociale*, tome 1, L'Harmattan
- CAIRE G. (2003) « Les nouvelles frontières du non-départ en vacances des ruraux et des urbains : fracture sociale ou stratégie spatiale ? », Communication au *Colloque « Rural-urbain : les nouvelles frontières. permanence et changements des inégalités socio-spatiales »*, Poitiers, juin 2003 (à paraître)
- CAIRE G., ROULLET-CAIRE M. (2003), « Tourisme durable et mondialisation touristique : Une analyse critique de l'AGCS », Communication au *Colloque Tourisme et développement durable*, Fort de France, 25 et 26 septembre 2003 (à paraître)
- CAIRE G. (2003) « Quels indicateurs pour une gestion durable du développement touristique ? Une analyse critique de la politique du groupe Accor », Communication au *Colloque de la Société française d'évaluation* à Limoges, octobre 2003

NB : Certains de ces articles sont disponibles sur www.tourisme-durable.net ; les autres le sont sur demande auprès des auteurs par voie électronique.

- BRUNDTLAND G-H (1989), *Notre avenir à tous*, Edition du Fleuve
- COLLECTIF MB² (2001), *Pour une économie alternative et solidaire*, L'Harmattan
- COLLOMBON J-M, PARODI M (1997), L'économie solidaire a-t-elle besoin de l'économie sociale ?, *RECMA*, n°264
- EL ALAOUI F. (2002), *Le tourisme équitable*, Mémoire de Master de management du tourisme, ESG Paris, disponible sur elalaoui.free.fr/

- LAURENT A. (2003), *Caractériser le tourisme responsable, facteur de développement durable*, Rapport pour la DGCID du Ministère des Affaires étrangères
- PLUSS C. (2003), Fair Trade - Also In Tourism, Akte
- TOURISM CONCERN (2002), The International Network on Fair Trade in Tourism, site www.tourismconcern.org.uk
- *Tourisme durable*, Cahiers Espaces n°67, novembre 2000
- UNAT [2002], *D'autres voyages. Du tourisme à l'échange*, brochure
- *Vers un tourisme durable*, Actes de la 10^e Université d'été du tourisme rural, CNRTER, décembre 2000

Sélection de Chartes :

- www.insula.org : Charte du tourisme durable de Lanzarote (1995)
- www.world-tourism.org : Code mondial d'éthique du tourisme (1999)
- www.parcs-naturels-régionaux.tm.fr : Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés (1998)
- www.croqnature.com : Charte du commerce équitable (2001)
- www.bits-int.org : Déclaration de Montréal. Pour une vision humaniste et sociale du tourisme (1996)
- www.unat.asso.fr : Charte de l'UNAT (2002)
- www.aitr.org : Carta d'identità per viaggi sostenibili (1997), Charte des voyages durables de l'association italienne qui fédère 50 associations de tourisme solidaire