

## Charte des voyages durables

Le contenu du document « Tourisme responsable : Charte des voyages durables » est le fruit d'un travail d'équipe réalisé dans le secteur des organismes à but non lucratif. À partir de 1994, ce travail a mené à la création d'un Forum national sur le tourisme responsable, à la signature de la Charte et à la constitution de l'Association italienne pour le tourisme responsable pour la divulgation et la réalisation des principes contenus dans la Charte à laquelle adhèrent aujourd'hui 23 associations italiennes à but non lucratif.

**Vu que** le tourisme, aux seuils de l'an 2000 :

- est la principale activité économique du globe ;
- déplace plus de 5 milliards de personnes chaque année (dont près de 600 millions vers l'étranger) ;
- emploie des millions de travailleurs (1 travailleurs sur 15 dans le monde entier) ;
- est destiné à croître de façon exponentielle au cours des prochaines décennies, favorisé par le développement des transports et des communications ;

**mais, vu que** dans ses applications de masse et de luxe le tourisme a souvent eu des effets très négatifs sur l'environnement, les cultures, les sociétés et les économies des pays de destination, notamment dans le sud du monde, **il est fondamental que** des limites précises et des conditions de réalisation appropriées soient établies pour son développement.

Nous tenons à ce propos à mentionner des documents qualifiés, édités au cours de ces dernières années par différents organismes. Leur contenu illustre bien, dans ses lignes directrices, les valeurs générales que l'on veut transmettre.

- la Charte de Lanzarote, 27/28 avril 1995
- l'Agenda 21 de l'ONU, 14/6/1992
- le Manifeste du mouvement allemand 'Tourism with Insight'
- Tourism Bill of Rights and Tourist Code (OMT, 1985)
- Manila Declaration on the Social Impact of Tourism (OMT, mai 1997)
- Montreal Declaration, 1997

**Il faut donc :**

1. Accorder une plus grande attention à l'interaction entre les touristes, l'industrie touristique et les communautés d'accueil, pour favoriser un véritable respect des différences culturelles et une disponibilité d'adaptation à des habitudes et des coutumes différentes des nôtres.
2. Que les utilisateurs prennent conscience de leur rôle de consommateurs du produit-voyage, dont dépendent la qualité de l'offre et le destin de millions de personnes dans les lieux de destination.
3. Réduire au maximum les dommages de l'impact socioculturel et environnemental causés par les flux touristiques.
4. Respecter et encourager le droit des communautés locales à prendre des décisions concernant le tourisme sur leur territoire et établir avec elles des rapports continus de coopération solidaire.

## ➤ Avant le départ

### L'Utilisateur (voyageur individuel ou en groupe)

1. S'interroge sur les attentes et les motivations réelles de son voyage : par ex. repos et divertissement, dans le respect de l'environnement et de l'autre ; connaissance, dans le sens de culture et de rencontre, pour satisfaire ses exigences d'approfondissement et d'authenticité.
2. Demande à être informé correctement, par les organisateurs et les médias, non seulement sur les aspects techniques et logistiques du voyage, mais aussi sur le contexte socioculturel qu'il va visiter ; il cherche à se procurer par lui-même des renseignements (textes, guides, Internet, matériel audiovisuel).
3. Est intéressé à créer, personnellement ou par l'intermédiaire des organisateurs, des contacts avant le voyage avec les communautés locales qui pourraient l'accueillir et avec des représentants de la société civile de son lieu de destination qu'il pourrait rencontrer.
4. Est intéressé et disponible à participer à des rencontres préparatoires avec ses futurs compagnons de voyage et/ou l'accompagnateur.
5. Demande aux organisateurs des garanties sur la qualité du voyage du point de vue éthique, c'est-à-dire sur ses caractéristiques environnementales, économiques et sociales.
6. Demande des prix transparents, pour savoir quel est le pourcentage par rapport au prix final que les communautés d'accueil garderont.
7. Privilégie les voyages garantissant une très grande possibilité de choix quant aux temps et aux contenus.

### L'organisateur (voyagiste, agence ou association culturelle du pays d'origine)

1. Fournit des renseignements sur le voyage grâce à :
  - des catalogues réalistes, dans lesquels le pays à visiter n'est pas présenté de manière fallacieuse, fausse, tendancieuse ou ambiguë (référence par ex. au tourisme sexuel) ou instrumentale (par ex. : imitation des traditions culturelles locales) ;
  - des fiches comprenant une description géographique et environnementale ; des renseignements socio-économiques, politiques et d'actualité ; des indications de projets de coopération sociale et environnementale existant ; les normes de comportement conseillées ;
  - une bibliographie sélectionnée sur la destination en question.
2. Est prêt à organiser des rencontres préparatoires pour les participants aux voyages pendant lesquelles les voyageurs font connaissance et :
  - des possibilités d'itinéraires sont décidées ainsi que les temps ;
  - les doutes des voyageurs, seuls ou en groupe, sont élucidés ;
  - des contacts directs avec les communautés des lieux de destination sont rendus possibles.
3. S'engage sur le plan éthique au niveau :

#### **Environnemental**

- en privilégiant des hébergements, des restaurants, des structures et des transports compatibles avec l'environnement (en raison de la présence de dépurateurs, de l'élimination correcte des déchets, d'une économie d'énergie).

## Social

- en demandant aux autorités nationales des lieux de destination de garantir un développement touristique compatible ;
- en privilégiant des services d'accueil (transports, hébergements, restauration) conformes à la culture du lieu (par ex. ne pas prétendre de nourriture étrangère à la culture locale) ;
- en choisissant des partenaires locaux qui respectent les normes syndicales de base établies par l'ILO pays par pays (horaires raisonnables, refus du travail des mineurs, salaires équitables conformes au salaire minimum local) ;
- en formant de petits groupes de participants qui entrent plus facilement en contact avec les communautés locales (ceci est important, surtout si celles-ci sont fragiles) et en évitant l'exposition répétée et continue des communautés à un impact touristique de masse décidé de manière unilatérale ;
- en organisant des itinéraires avec des temps qui n'obligent pas à se dépêcher et dans lesquels les destinations sélectionnées sont en nombre limité ;
- en mettant à la disposition des voyageurs un accompagnateur formé de manière adéquate qui fasse également office de médiateur culturel ;
- en évitant de tomber dans un excès d'organisation qui empêche le visiteur de se rendre compte de la réalité locale ;
- en ne favorisant pas dans le tourisme la réification sexuelle et en décourageant par tous les moyens la prostitution et la pornographie infantile ;
- en organisant la participation des touristes à des manifestations, des fêtes et des spectacles traditionnels tout en respectant leur authenticité et l'accord de la population.

## Économique

- en privilégiant les services d'accueil (transports, hébergements, restauration) à caractère familial ou sur une petite échelle ;
- en choisissant des services locaux (transports, hébergement, restauration) qui sont ceux utilisés habituellement par la population locale ;
- en vérifiant qu'une partie (justifiable) de l'argent dépensé par les touristes est équitablement redistribué sur place (de l'hébergement à l'achat d'artisanat authentiquement du lieu) et en fournissant en pièce jointe une fiche avec le prix transparent ; dans le cas de multinationales, en vérifiant qu'il y ait effectivement une retombée positive importante sur l'économie locale.

## Les communautés locales d'accueil

Par communautés locales d'accueil, on entend :

- a. Les secteurs de l'industrie touristique
- b. Les autorités / institutions touristiques et les gouvernements locaux
- c. Les groupes de personnes qui vivent dans des zones concernées par le tourisme (mais pas directement impliqués dans les activités touristiques)

Elles veulent contrôler le développement du tourisme dans leur région et par conséquent :

1. elles s'expriment à propos du flux touristique, en offrant ou non leur disponibilité à une rencontre.
2. si elles sont disponibles, elles répondent à la demande touristique par des propositions d'accueil appropriées.
3. elles tiennent compte des différents aspects de l'impact du tourisme :

## **environnemental et paysagiste**

- pour que les routes, les constructions et le rééquilibrage du territoire soient réalisés suite à des évaluations au sujet de l'impact sur l'environnement ;

## **social**

- pour que la culture locale - architecture, art, langue, coutumes, gastronomie - demeure indépendante et vivante ;

## **économique**

- pour que la propriété locale ne soit pas cédée à des étrangers ou confisquée par les gouvernements locaux à des fins identiques ;
  - pour que le développement ne soit pas unilatéral ni excessivement dépendant du tourisme ;
  - pour que l'argent qui entre grâce au tourisme soit redistribué également dans d'autres secteurs pour dynamiser les interactions au sein du tissu social de destination ;
  - pour que le prix payé s'avère équitable pour tous (touristes, opérateurs et communautés d'accueil)
4. elles forment des guides locaux et des médiateurs qu'elles mettent à la disposition des voyageurs. Ceux-ci indiquent les comportements qui sont localement acceptables et ceux qui ne le sont pas. Ils mettent également les visiteurs en contact avec les gens, les opportunités et les attraits authentiques du lieu.

## **➤ Pendant le voyage**

### **L'Utilisateur** (voyageur individuel ou en groupe)

1. Considère positif le fait de partager les différents aspects de la vie quotidienne locale et ne demande pas de privilèges ou de pratiques pouvant entraîner un impact négatif.
2. N'exhibe pas de richesse ou de luxe outrageux par rapport au niveau de vie local.
3. Demande l'autorisation avant de photographier ou de filmer quelqu'un.
4. Ne se comporte pas de manière offensive pour les us et les coutumes locales.
5. Recherche des produits et des manifestations qui sont l'expression de la culture locale (par ex. artisanat, gastronomie, art, etc.) en respectant leur authenticité.
6. Respecte l'environnement ainsi que le patrimoine historique et monumental.

### **L'organisateur** (voyagiste, agence ou association culturelle du pays d'origine)

1. Remet un questionnaire pour évaluer l'expérience.
2. Prévoit la présence d'un guide local, pour une meilleure médiation culturelle.

## ➤Après le voyage

### **L'Utilisateur** (voyageur individuel ou en groupe)

1. Vérifie s'il a réussi à établir une relation satisfaisante avec les gens et le pays visité.
2. Évalue comment donner suite aux rapports établis.
3. S'il a voyagé en groupe, il répond au questionnaire d'évaluation de l'expérience remis par l'organisateur et, s'il le souhaite, il participe aux rencontres avec le groupe avec lequel il a voyagé.

### **L'organisateur** (voyagiste, agence ou association culturelle du pays d'origine)

1. Vérifie les résultats en organisant si possible une rencontre entre les participants.
2. Produit du matériel d'information recueillant les expériences et les communique : rapports écrits, photographies, films, etc.

### **Les communautés locales d'accueil et les responsables des régions touristiques**

1. Vérifient les résultats du voyage reçus : son impact, les rencontres effectuées, ses retombées économiques.