

Charte du Tourisme Équitable

définie par la Plate-Forme pour le Commerce Équitable (2002)¹

I. Les principes du tourisme équitable

Par le développement des voyages de masse et la promotion de produits " packages " vendus tout compris, le voyageur est très souvent devenu un touriste: consommateur. Cette " marchandisation " des voyages a généré de nombreux effets négatifs. C'est ainsi notamment qu'un petit nombre de tours opérateurs occidentaux très puissants imposent maintenant leurs règles, leurs prix, et souvent leurs standards marketing aux pays d'accueil et aux prestataires de services locaux, tout comme à leurs clients. D'une opportunité d'établir des relations directes entre les hommes et les femmes de cultures différentes pouvant contribuer à la construction d'un monde plus solidaire, et celle de permettre à des populations et pays d'accueil de valoriser leur culture et de contribuer durablement à leur développement, le tourisme tend à devenir essentiellement un outils de profit pour quelques opérateurs privés. Inéquitable, cette tendance renforce et banalise les relations dominants/dominés en laissant peu de place à la prise en compte du respect de la diversité culturelle et des équilibres sociaux et naturels souvent fragiles Placés dans ce contexte et sous la pression des règles et standard imposés, d'une part les petits prestataires locaux les plus défavorisés se livrent à une concurrence effrénée entre eux et banalisent leurs produits avec des conséquences déplorables tant pour eux mêmes que pour leur environnement (social, économique, écologique, culturel), d'autre part, les populations peinent à trouver des espaces commerciaux et des interlocuteurs pour bâtir un tourisme qui les respecte et leur permet de vivre dignement.

Face à ce constat, l'objet principal des adhérents à la présente charte du tourisme équitable est de travailler avec des communautés d'accueil, les prestataires de services et les voyageurs pour préserver leur dignité et leur autonomie dans une activité de rencontres et d'échanges, en maîtrisant le sens et la valeur de leurs actes.

Dans ce cadre, les opérateurs du tourisme équitable travaillent en particulier avec des prestataires de services locaux (du lieu du voyage), respectant les valeurs sociales et culturelles de leur environnement, et opérant leur activité économique en prenant en considération le mieux possible des critères de développement durable (selon leur marge de manœuvres). Le tourisme équitable vise en parallèle à promouvoir des comportements responsables pour les voyageurs, notamment par une sensibilisation particulière à ses principes.

II. Définition du tourisme équitable

Le tourisme équitable est un ensemble d'activités et de services, proposé par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés d'accueil, autochtones (ou tout au moins en grande partie avec elles). Ces communautés participent de façon prépondérante à l'évolution de la définition de ces activités (possibilité de les modifier, de les réorienter, de les arrêter). Elles participent aussi à leur gestion continue de façon significative (en limitant au maximum les intermédiaires n'adhérant pas à ces principes du tourisme équitable). Les bénéfices sociaux, culturels et financiers de ces activités doivent être perçus en grande partie localement, et équitablement partagés entre les membres de la population autochtone.

III. Les engagements des acteurs du tourisme équitable

Les différents acteurs de cette filière du tourisme équitable et notamment les organismes qui assurent la promotion et la vente des produits de cette filière, peuvent être considérés comme des acteurs du tourisme équitable s'ils respectent au moins les engagements suivants :

¹ <http://www.commerceequitable.org/>

1/ Partenariat

1a/ Dans une approche de tourisme solidaire, les communautés d'accueil, les prestataires de services locaux et les organismes de promotion et de vente des séjours travaillent en partenariat sur le long terme. Ils valorisent les apports spécifiques de chacun en intégrant au mieux les coûts sociaux et environnementaux.

1b/ Ils partagent équitablement entre eux les fruits de leurs activités menées en complémentarité.

2/ Contractualisation concertée

2a/ Toutes les parties prenantes doivent être consultées sur les projets de développement touristique (y compris les communautés résidentes non directement impliquées dans la réalisation des activités touristiques se déroulant sur leur territoire), et ceci préalablement à l'établissement de contrats de prestations de services respectant au moins les droits sociaux fondamentaux (convention de l'Organisation International du Travail), et toute réglementation locale d'usage plus protectrice pour les travailleurs.

2b/ L'établissement des prix des prestations, et en particulier des rémunérations des prestataires, fait l'objet d'un processus de négociation équitable, intégrant notamment le respect d'une concurrence non déloyale envers les prestataires locaux. De même, un acompte adapté, voire le règlement intégral en avance, peut être versé au prestataire local si celui-ci ne dispose pas du fond de roulement suffisant lui permettant de couvrir sereinement par lui-même les frais liés à la prestation.

3/ Développement local

3a/ Les activités touristiques proposées localement doivent être pensées et gérées pour contribuer directement au développement durable des communautés et territoires d'accueil.

3b/ Les bénéfices tirés de ces activités touristiques, en particulier ceux des organismes de promotion et de vente, sont réinvestis majoritairement dans des actions de développement local maîtrisées par les communautés d'accueil.

4/ Transparence

4a/ la transparence des modes de décisions, des transactions financières et des comptes généraux relatifs à toutes les activités est une caractéristique incontournable du tourisme équitable. C'est cette transparence qui permet à toutes les parties prenantes de participer effectivement aux débats, et qui valide l'équité des différentes décisions.

4b/ cette transparence inclut aussi une information de qualité des touristes préalablement à leur séjour. Cette information porte à la fois sur une description réaliste du contenu des prestations proposées (le marketing touristique basé sur la " vente d'un rêve " au touriste doit être banni) et sur une sensibilisation à la démarche particulière du tourisme équitable.

4c/ Enfin cette transparence générale doit permettre le contrôle du respect des engagements pour chaque acteur déclarant son activité équitable. Ce contrôle pouvant être réalisé par toute personne ou organisme extérieur à l'organisation.

5/ Voyageurs responsables

Le voyageur qui opte pour cette forme de tourisme est un consommateur responsable qui a pris conscience que son attitude et ses actes sur place peuvent être pour les populations d'accueil autant un facteur de développement qu'un élément déstabilisateur. En conséquence, il s'engage à se garder de toute attitude et de toute intervention qui pourrait bouleverser les équilibres sociaux, culturels et écologiques des communautés d'accueil et viendraient contrecarrer leurs dynamiques de développement. En particulier il s'interdit tout don et intervention directe sur le lieu qui ne serait pas placé sous le contrôle des responsables des communautés d'accueil.