

Le tourisme solidaire et équitable : « créneau de solidarité » ou champ d'expérimentations d'un tourisme « socialement durable » ?

GILLES CAIRE

*Maître de conférences
en science économique
Chercheur au Laboratoire de
recherche sur l'industrie
et l'innovation
CEDES/Lab. RII – E.A. 3604 –
Université de Poitiers
gilles.caire@univ-poitiers.fr*

RÉSUMÉ • Le tourisme solidaire émerge à la fin des années 1990 à partir d'une critique économique, sociale, environnementale et culturelle des impacts de la mondialisation touristique pour les pays du Sud. Il est à la fois un instrument de lutte contre la pauvreté et un projet de développement humain intégré porté par une collectivité, le plus souvent villageoise.

Pour ce faire, le tourisme solidaire cherche à impliquer à tous les stades la population concernée, hommes et femmes, en permettant aux habitants d'être les instigateurs et non les figurants du projet touristique. En retour, cette participation citoyenne favorise une dynamique de responsabilité, de socialisation des individus et de « solidarisation » de la société.

Néanmoins, cette approche ne doit pas masquer certaines difficultés. L'importance économique du tourisme solidaire demeure très marginale. Sa certification reste problématique. On peut également se demander si cette démarche ne revient pas à enregistrer l'impuissance des institutions politiques.

ABSTRACT • Solidarity tourism emerges at the end of the years 1990 as a criticism of economic, social, environmental and cultural impacts of tourism for the developing countries. It is at the same time an instrument of fight against the poverty and a project of integrated human development carried by a community, generally village.

With this intention, solidarity tourism wants to imply at all the stages the population concerned, men and women, while making it possible to the inhabitants to be the instigators and not the observers of the tourist project. In return, this citizen participation supports a dynamics of responsibility and socialization.

Nevertheless this approach should not mask some difficulties. The economic importance of solidarity tourism remains very marginal. Its certification remains problematic. One can also wonder whether this form of tourism does not disqualify the political institutions.

RESUMEN • El turismo solidario surge a fines de los años noventa a partir de la crítica económica, social, medioambiental y cultural relativa a los impactos de la globalización turística en los países del Sur. Constituye a la vez un instrumento de lucha contra la pobreza y un proyecto de desarrollo humano integrado, llevado adelante por una colectividad generalmente campesina.

Para ello, el turismo solidario pretende implicar a todos los niveles la población interesada, hombres y a mujeres, para permitir a los habitantes ser los inspiradores y no quienes solo figuran en el proyecto turístico. En cambio, esta participación ciudadana favorece una dinámica de responsabilidad, de socialización de los individuos y de «solidarización» de la sociedad.

Sin embargo este enfoque no debe ocultar algunas dificultades. La importancia económica del turismo solidario sigue siendo muy marginal y su certificación es problemática. En estos términos se debería preguntar hasta qué punto esta iniciativa pone de manifiesto la impotencia de las instituciones políticas.



Si certaines expériences touristiques des années 1950 à 1970 cherchant à rapprocher les touristes du Nord des réalités sociopolitiques et économiques du Sud en sont incontestablement une préfiguration¹, le tourisme solidaire et équitable n'émerge réellement qu'à la fin des années 1990 conjointement aux débats sur le commerce équitable, l'économie solidaire et le développement durable. Il se veut «un tourisme fondé sur un partenariat concerté et équilibré avec les populations locales visant à contribuer au développement des régions d'accueil» (Association pour le tourisme équitable et solidaire, 2006a). Ses promoteurs ont pour commune ambition de transformer le tourisme Nord-Sud, en termes d'activités pratiquées, de répartition des revenus, de préservation de l'environnement et de mode de gouvernance. Ils s'appuient sur un double désir : celui de certains touristes du Nord de «voyager autrement», celui d'habitants du Sud de trouver leur propre voie de développement durable.

L'importance économique du tourisme solidaire demeure certes hautement marginale. Ainsi, en France, il représente en 2005 selon nos estimations au maximum 0,5 % des séjours à l'étranger et un chiffre d'affaires que l'on peut estimer (très approximativement) à 50 millions d'euros. Il s'affirme cependant comme un champ d'expérimentations de stratégie alternative de développement local (Laurent, 2003). À ce titre, il intéresse aujourd'hui de nombreuses organisations internationales comme l'UNESCO, le PNUE, la CNUCED, la Banque mondiale, l'Union européenne, l'Organisation mondiale du tourisme ainsi que les services de la coopération, entre autres, français, allemand, belge, hollandais, espagnol, italien, qui y voient une occasion de renouveler les programmes d'aide au développement.

Pour rendre compte de ce mouvement en termes d'analyse économique, il nous paraît nécessaire de reprendre les divers arguments exposés par les organisations internationales et les associations de tourisme solidaire en les confrontant à une grille de lecture croisant les principes du développement durable et les valeurs de l'économie solidaire. Dans cet esprit, le tourisme solidaire s'inscrit dans une critique circonstanciée des insuffisances économiques et des dommages sociaux, culturels et environnementaux d'une industrie du tourisme de plus en plus mondialisée (I). Conscient alors de ces enjeux et recherchant une amélioration continue des capacités – individuelles et sociétales – de « faire et d'être » des populations d'accueil, il se démarque fortement du tourisme capitaliste sur de nombreux points (II). Mais l'absence de recul due à son extrême jeunesse soulève encore de nombreuses questions quant à ses impacts et son devenir (III).

Encadré : Le vocabulaire d'un autre tourisme

Outre le tourisme solidaire et le tourisme équitable, et sans prétendre être exhaustif², trois autres qualificatifs sont largement répandus pour caractériser une autre relation entre tourisme et développement :

– **Le tourisme durable** est conceptualisé en 1995 à la conférence de Lanzarote, par transposition au secteur touristique des principes du Sommet de Rio de 1992. Ces principes sont repris – de façon quelque peu édulcorée et plus libérale (Caire et Roulet-Caire, 2005) – dans le Code mondial d'éthique du tourisme approuvé à Santiago en 1999 (<www.world-tourism.org>). Porté par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), l'objectif de tourisme durable concerne toutes les formes de tourisme, de masse comme alternatifs, et toutes les destinations, aussi bien du Nord que du Sud. Il met sur le même plan les dimensions économique, sociale et environnementale.

– **Le tourisme pour les pauvres (*pro-poor*)** (<www.propoortourism.org.uk>) est lui aussi théoriquement applicable à l'ensemble du marché du tourisme, mais met l'accent sur la nécessité d'une sorte de politique touristique de discrimination positive en faveur des plus défavorisés : formation et embauche de personnes pauvres par les grands groupes touristiques, encouragement à la création de microentreprises touristiques, taxe sur les bénéfices tirés du tourisme dont le produit est destiné aux pauvres, investissements d'infrastructure dont les pauvres peuvent aussi bénéficier... Le programme ST-EP (*Sustainable Tourism Eliminating Poverty*) lancé en 2002 par l'OMT reprend une partie de ces idées.

– **L'écotourisme**, né en Amérique du Nord dans les années 1980, est selon The International Ecotourism Society (TIES) « une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales » (<www.ecotourism.org>). C'est à l'origine un tourisme de nature, à la fois par la destination – des zones

naturelles protégées –, les activités pratiquées (randonnée pédestre, observation de la faune et de la flore), l'accompagnement par des spécialistes de la nature et non du développement ou du tourisme. Il intègre aujourd'hui une composante culturelle forte.

LES RISQUES DE LA MONDIALISATION TOURISTIQUE

Depuis 1999, entraînant à sa suite la plupart des organisations internationales, l'Organisation mondiale du tourisme s'affirme convaincue que le tourisme est un puissant outil permettant de s'attaquer directement aux problèmes de la pauvreté, dans les pays du Sud, conformément à une perspective de type « *trade, not aid* ».

Le tourisme international, un « tremplin vers le développement » pour l'OMT

Le raisonnement (OMT, 2002b) s'organise autour de trois séries d'arguments, macroéconomiques, sociaux, environnementaux et culturels :

- le tourisme constitue l'une des très rares opportunités de vente des producteurs du Sud aux consommateurs du Nord car il s'appuie sur des ressources culturelles et naturelles qui sont souvent les « seuls actifs » des pays pauvres ;
- le tourisme permet de faire participer les personnes les plus marginalisées. Il repose par nature sur l'entrée et la circulation sur le territoire d'accueil de consommateurs à pouvoir d'achat élevé (comparativement à celui des locaux). Ce serait l'occasion unique de contacts marchands avec les petits producteurs locaux. Par ailleurs, le tourisme pourrait contribuer à la réduction des inégalités de genre, car il existe en général (en dehors des pays musulmans) une forte proportion de femmes parmi les salariés (70 % des effectifs mondiaux sont féminins) ;
- le tourisme procure également des avantages extra-économiques. Le touriste est à la recherche d'une ambiance, d'une atmosphère culturelle, humaine, naturelle, climatique, historique. Cette consommation de « cadre de vie » nécessite la préservation des richesses environnementales et patrimoniales territoriales. En outre, provoquant des contacts entre nationalités différentes, « le tourisme universalise le lien social » (OMT, 2004) tout en étant source « de fierté culturelle, de paix et de compréhension de l'autre, de sens de la propriété et du contrôle ».

Pour profiter de l'ensemble de ces bienfaits, la libéralisation du commerce international des services touristiques au sein de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS) est conçue comme un élément essentiel des

stratégies de développement pour les pays pauvres: «L'OMT préconise une libéralisation progressive du tourisme avec une insistance particulière sur le développement durable et les besoins spécifiques des pays en développement» (Programme de «libéralisation à visage humain», OMT, 2002a).

Cette idée d'une activité ouverte à tous les pays, à toutes les entreprises et à tous les travailleurs semble cependant contradictoire avec l'expression d'industrie du tourisme que n'hésite pas à employer par ailleurs l'OMT. Le tourisme international, qu'il soit d'affaires, culturel ou récréatif, nécessite de s'adapter aux standards occidentaux, de production et de consommation, ce qui contribue à atténuer fortement les effets positifs précités pour les pays les plus défavorisés (Caire et Rouillet-Caire, 2005).

Les fuites de recettes touristiques

Les exigences des touristes du Nord nécessitent des investissements lourds, d'infrastructures de transport, d'assainissement et de mise à niveau des hébergements et des animations, impliquant un volume d'importations considérables et standardisées. Selon D. Meyer (2003), les «fuites» dans le tourisme international vers les pays en développement sont très élevées, variant de 55 % à 77 %.

Tourisme hors sol et pauvreté-vitrine

La vie en vase clos des clubs de vacances ne procure guère de contacts avec les petits producteurs locaux. Le tourisme récréatif reste prédominant et dépasse largement le tourisme itinérant de découverte. Mais même pour le tourisme culturel, l'encadrement «directif» des voyages organisés, où le temps est compté et les achats sont guidés, ne favorise pas non plus les contacts avec les plus petits producteurs. Le touriste n'entraîne souvent les zones de pauvreté que par le hublot lors de l'atterrissage et les travailleurs de l'économie informelle, qu'à travers les vitres d'un car. Ainsi, on estime généralement qu'un voyageur au forfait dépense deux fois moins en produits locaux qu'un touriste autonome.

Captation des revenus par les multinationales

Si au plan de l'unité individuelle de production (restauration, hébergement, activités de guide...), l'hypothèse de compétitivité à petite échelle peut être valable, au plan du marketing, de la commercialisation et du transport aérien, les barrières à l'entrée sont nombreuses et les rendements d'échelle sont largement croissants. Pour ces raisons, du côté des pays riches, l'industrie touristique est de plus en plus concentrée, alors que la structure des marchés des pays en développement (PED) est très éclatée. Les prestataires intégrés du Nord contrôlent les entrées et les sorties dans leur pays et à l'étranger, ce qui leur

permet d'entretenir la dépendance des consommateurs envers leurs produits et d'imposer les prix et les conditions de vente (Benavides, 2001). Grâce à sa puissance commerciale (pouvoir d'achat et vaste capacité d'approvisionnement), le voyageur du Nord peut toujours mettre en concurrence les prestataires d'une même région, de différentes régions d'un même pays ou de différents pays aux caractéristiques touristiques comparables.

De plus, la concurrence acharnée entre régions et pays du Sud pousse les gouvernements et les autorités locales à subventionner la venue d'investisseurs étrangers par la fourniture de terrains gratuits, de très nombreuses exonérations fiscales, la construction d'infrastructures (ce qui contribue à accroître la dette externe), le libre retransfert des bénéfices, la participation financière aux campagnes de promotion. L'essentiel des revenus est ainsi capté par les multinationales du secteur qui contrôlent à distance l'accès à la clientèle du Nord et le « *back office* », et par une toute petite minorité d'intermédiaires locaux auxquels s'ajoutent parfois des pouvoirs politiques corrompus.

Des conditions de travail peu favorables

Les travailleurs locaux sont souvent cantonnés à des tâches subalternes et mal rémunérées (OIT, 2002), le personnel de direction et d'animation provenant souvent des pays d'origine des touristes. Les atteintes aux droits des travailleurs (salaires, protection sociale, durée du travail, logements) sont généralisées. L'exploitation des femmes et des enfants est récurrente. Selon l'OIT, le travail dans le monde de 13 à 19 millions de jeunes de moins de 18 ans est lié au tourisme. S'y ajoute un tourisme sexuel qui, malgré les campagnes internationales, reste important en Asie du Sud-Est et dans les Caraïbes. Selon l'association End Child Prostitution Pornography and Trafficking in Children for Sexual Purposes (ECPAT), deux millions de mineurs seraient victimes d'exploitation sexuelle à des fins commerciales (Manier, 2007).

Volatilité de la demande

Les événements récents (terrorisme, SRAS, tsunami) remettent en cause l'idée de croissance relativement stable du tourisme. L'OIT (2003) estime que quelque six à neuf millions de travailleurs du secteur mondial de l'hôtellerie et du tourisme ont perdu leur emploi par suite des événements du 11 septembre et de la récession économique de 2001-2002. Le tourisme international est aussi très sensible à toute instabilité de la situation politique locale – plus que toute autre activité exportatrice puisque le client final vient sur place.

Concentration spatiale des flux

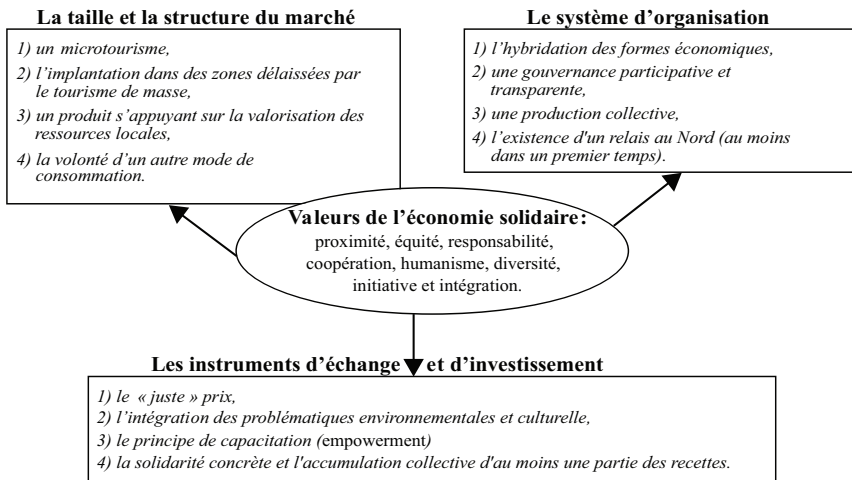
La concentration économique se double d'une forte concentration spatiale des flux touristiques internationaux, sur les littoraux et les hauts lieux culturels de l'humanité, bien au-delà des capacités de charge des sites. Les « mégaprojets » touristiques induisent un surdimensionnement de certaines infrastructures (notamment aéroports, ports de plaisance, autoroutes) au regard des besoins de la population locale, un gaspillage des ressources naturelles, des atteintes à des écosystèmes fragiles et des conflits d'usage, ainsi qu'une déstructuration de la solidarité communautaire à travers la pression foncière et la croissance des inégalités de revenu.

L'INTÉGRATION DES PRINCIPES DE L'ÉCONOMIE SOLIDAIRE AU CŒUR DES PROCESSUS DE PRODUCTION ET DE CONSOMMATION TOURISTIQUES

Conscientes de ces enjeux, les organisations de tourisme solidaire et équitable partagent la conviction que le tourisme peut être un catalyseur de progrès matériel et immatériel, mais à la condition d'en réformer les pratiques habituelles. L'intégration des valeurs et des principes de l'économie solidaire se réalise à trois niveaux : la taille et la structure du marché, le système d'organisation, les instruments d'échange et d'investissement.

Figure 1

Valeurs de l'économie solidaire et réformes des pratiques touristiques



Taille et structure du marché

À l'opposé du tourisme de masse, le tourisme solidaire est d'abord du « micro-tourisme » dans des territoires non préalablement touristiques, très souvent ruraux. Il est régi par la règle dite des 3P: peu de visiteurs (des groupes constitués de cinq à une douzaine de personnes), peu de temps (en général le séjour sur place dépasse rarement 8 à 10 jours), peu de mois (l'accueil n'est pas permanent et volontairement saisonnier en dehors des périodes de travaux agricoles). Ce choix de la petite échelle provient de la recherche d'une moindre perturbation et déstructuration de la société locale et de la volonté de privilégier la qualité à la quantité, du service mais aussi de la démarche.

Conjointement plutôt que de rentrer en concurrence « frontale » avec le tourisme traditionnel sur les grandes destinations³, il cherche au contraire le plus souvent à se différencier et à s'occuper des plus isolés. La « manne touristique » peut mieux irriguer les villages et lutter contre la désertification humaine des territoires ruraux.

Contrastant avec le tourisme standardisé, il s'agit aussi de « mieux faire avec ce que l'on a », souvent en intégrant les acquis au Nord de l'expérience du tourisme social associatif et de l'agrotourisme. Jouer sur l'identité territoriale et culturelle, sur les savoir-faire, sur l'habitat traditionnel, sur les traditions d'hospitalité, sur l'autosuffisance alimentaire permet à la fois de retenir sur place les bénéfiques, de s'intégrer au mieux à l'existant et de se différencier, en s'appuyant sur « l'authenticité » et la rencontre. Le tourisme solidaire est dans une logique de protection, de valorisation et de développement de tous les potentiels locaux. Il peut impulser la renaissance d'éléments culturels perdus ou de matériaux oubliés. Cela implique aussi de la part du visiteur d'accepter de partager, au moins en partie, les contraintes (logement, alimentation, eau) vécues au quotidien par la population. Cela reste un « tourisme dur », en termes d'inconfort, de chaleur, de disponibilité en eau.

À l'opposé du client-roi, le touriste solidaire ne met pas sa citoyenneté en vacances. Le refus du consumérisme (au sens étymologique de destruction) suppose en amont du voyage une sensibilisation du visiteur au respect des cultures des populations d'accueil et de l'environnement, puis une responsabilisation, un respect des rythmes de vie traditionnels familiaux et collectifs (sur le quotidien, les saisons, le calendrier des fêtes) et une invitation à prendre son temps et à ne plus compter sur une « sur-organisation » du séjour. Les activités pratiquées sont centrées sur les rencontres avec les habitants, le partage de leur vie quotidienne et la découverte des savoir-faire (culinaire, artisanal, agricole...) et des patrimoines, qu'ils soient spirituel, historique, culturel, et/ou biogéographique.

Système d'organisation

Comme dans tout projet d'économie solidaire, l'hybridation des ressources est présente. Le tiers secteur à but non lucratif constitue le cœur du projet, mais peut combiner des formes très diverses : associations, coopératives, ONG... L'économie marchande (entreprises à but lucratif) est concernée au minimum à travers le transport aérien (il n'existe pas de compagnies aériennes à but non lucratif). Mais le projet peut aussi impliquer un tour-opérateur, des guides-interprètes ou des artisans-taxi indépendants... 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.

Le tourisme solidaire se veut au service d'un développement endogène – même si économiquement il s'agit toujours d'une stratégie de développement tirée par les exportations –, humaniste et responsable. À cette fin, il cherche à impliquer à tous les stades (réflexion, négociation, décision, réalisation, évaluation) la population concernée, hommes et femmes, en permettant aux habitants d'être les instigateurs et non les figurants du projet touristique. On a là « une logique remontante par l'écoute, la traduction des besoins, des attentes et aspirations en enjeux et actions par un codiagnostic problèmes – causes – solutions » (Laurent, 2004), dans un processus similaire à celui des Agendas 21 locaux.

La production du « service touristique » est collective et engage une pluralité d'acteurs simultanément ou par rotation⁴. Le refus d'une division absolue du travail se justifie à cinq niveaux : une méfiance par rapport au caritatif et une opposition à la mendicité ; le fait que l'habitude, la professionnalisation est source de moins de spontanéité et de chaleur ; une certaine réticence au salariat, à la « marchandisation » du travail – du moins au principe de rémunération à la productivité marginale ; l'ambition d'une satisfaction des individus au travail ; la volonté de ne pas créer de distorsions de niveau de vie au sein des villages. Le travail est donc considéré comme le « grand intégrateur social ».

La coconstruction du projet nécessite le plus souvent l'existence d'un relais au Nord qui peut être une ONG internationale, une association locale, un comité de coopération décentralisée, un tour-opérateur responsable... qui auront pour rôle :

- d'apporter un double savoir-faire, touristique (expertise, conseil, formation, audit des ressources et opportunités, analyse des marchés existants et potentiels) et d'aide au développement ;
- de commercialiser le produit et de sensibiliser les touristes avant le départ et d'assurer ainsi une médiation culturelle ;

- de rechercher des partenaires locaux, nationaux, internationaux et de fournir un 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).

L'objectif de responsabilisation partagée suppose aussi un accompagnement jusqu'à l'émancipation.

Les instruments d'échange et d'investissement

À l'inverse du processus dominant des prix cassés et des décisions de dernière minute, le tourisme solidaire, comme le commerce équitable, cherche à respecter la vérité des prix, à trouver le « juste prix ». Ce prix équitable doit permettre d'assurer des rémunérations convenables et des prestations sociales conformes aux normes du pays, de couvrir les amortissements des équipements, de financer la formation des intervenants et contribuer aux services de protection environnementale et culturelle. Les avances et le paiement rapide du solde ont pour but d'éviter l'endettement des opérateurs. Enfin, la garantie de la stabilité du prix facilite les anticipations sur le long terme et sécurise les investissements⁵.

La protection de l'environnement est également intégrée au projet, qu'il s'agisse de l'usage de l'eau par les touristes ou de la gestion de leurs déchets, mais aussi de corriger certaines pratiques prédatrices de la population en termes de déboisement, de chasse, de pêche, de pastoralisme. Cela se fait non en opposition à la population locale (ce qui a pu être le cas avec certains parcs naturels ou réserves ou aux débuts de l'écotourisme), par interdiction voire expulsion, mais avec les habitants par l'éducation et la concertation.

La multidimensionnalité du tourisme solidaire favorise le développement de multicapacités professionnelles. Les modules de formation organisés (et réalisés aujourd'hui par des formateurs locaux) pour les villages d'accueil tourisme et développement solidaire (TDS) au Burkina Faso en sont la preuve : hygiène, secourisme, santé, cuisine, comptabilité, connaissance et transmission des valeurs culturelles, boutique d'artisanat, autoévaluation, animation (Martin-Gousset et Schéou, 2004). Alors que des qualifications liées à une activité économique précise ou à une entreprise spécifique engendrent une fragilité en cas de retrait, ces qualifications plus génériques peuvent être réutilisées dans d'autres circonstances.

Enfin, le prix du séjour intègre toujours une majoration qualifiée de « prime de développement ». Le « geste » du touriste peut prendre des formes différentes : contribution financière (cas le plus fréquent), actions de bénévolat sur place, militantisme au retour ou envoi de matériel... Le don « de la main à la main » ou l'intervention directe sans contrôle des responsables sont par contre exclus. Ce refus d'une individualisation totale des recettes permet la constitution d'un patrimoine commun au service du développement durable :

dispensaire, points santé, achats de médicaments, école, fournitures scolaires, coopérative agricole, puits, irrigation, assainissement, caisse de microcrédit, entretien de l'écosystème...

DES QUESTIONS POUR AUJOURD'HUI ET POUR DEMAIN

Au regard de ses ambitions, comment le tourisme solidaire se positionne-t-il en termes d'effets économiques et extra-économiques, de potentiel d'expansion, de reconnaissance et de relations au politique ?

Quelles retombées économiques ?

Les revenus procurés par le tourisme permettent « de travailler au pays » et d'augmenter le pouvoir d'achat des participants actifs au programme, mais aussi du reste de la population locale par la solidarité familiale et communautaire et par les dépenses générées. À Djibouti, 10 à 20 personnes tirent des revenus directs des caravanes chamelières, mais les effets de diffusion font vivre 100 à 200 personnes (Laurent, 2004). De plus, les apports en devises et la possibilité d'utiliser les déplacements des touristes pour transporter des biens permettent également d'augmenter l'éventail des biens achetables par la population.

Il est possible de dresser, malgré les particularités de chacune des formes et des destinations du tourisme solidaire, une évaluation comparative de l'impact économique de ce type de tourisme.

Tableau 1
Décomposition du prix d'un voyage organisé dans un pays du Sud

Tourisme conventionnel	Tourisme solidaire
Agence + Tour-opérateur + Taxes au Nord : 20%	Frais de fonctionnement de la structure-relais : 9% à 26%
Transport aérien : 35%	Transport aérien : 30% à 60%
Dépenses locales : 45% (avant fuites sous forme d'importations)	Prestations locales (dont transport local) : 28% à 57% (5% à 20%)
	Soutien aux projets de développement local : 3% à 15%

Source : Flook (2001). *Calculs effectués par nos soins à partir de l'Union nationale des associations de tourisme – UNAT (2005a).*

La proportion de ressources alimentant le territoire local est finalement assez comparable à la moyenne du tourisme conventionnel. L'écart existant dans le cas du commerce équitable semble ici plus faible (la part des recettes locales

[producteur, coopératives ou intermédiaires, exportateurs] est de 30% pour le café équitable et de 15% pour le café normal). Ce double constat s'explique de deux façons :

- la diminution des intermédiaires et la non-lucrativité sont compensées par l'impossibilité d'amortir les frais de structure sur un grand nombre de clients (les voyageurs solidaires ne dépassent que très rarement les 200 départs par an) ;
- le transport aérien est relativement plus coûteux car le tourisme solidaire privilégie des pays ou des régions peu touristiques, donc des destinations non desservies par des charters et où souvent une compagnie aérienne est en situation monopolistique. Le faible nombre de voyageurs n'est pas suffisant pour obtenir des allotements permettant de bénéficier de tarifs plus avantageux. Ce choix a également des conséquences en termes de renchérissement du coût des déplacements locaux (éloignement de l'aéroport, mauvaises routes...).

Cependant, si la part des dépenses locales n'est pas majoritaire dans la plupart des cas, ces dépenses se répartissent vers d'autres territoires que le tourisme industriel et surtout avec un taux de fuites extrêmement bas. En outre, pour une destination nationale donnée, le prix payé est sensiblement plus élevé que la moyenne des tarifs du tourisme conventionnel. Il en résulte qu'à proportion de recettes locales identiques le volume de recettes est plus important.

Enfin, du point de vue des conditions de vie, l'accumulation collective d'une partie des recettes est propre au tourisme solidaire et permet de financer des équipements d'intérêt collectif, avec très souvent un effet démultiplicateur sur des financements, nationaux ou internationaux. Cet apport serait toutefois à comparer à l'utilisation qui est faite des recettes fiscales locales engendrées par le tourisme classique (à condition qu'il n'y ait pas défiscalisation et qu'elles ne soient pas détournées par le système corruptif).

Quels impacts extra-économiques ?

Toute stratégie de développement crée des chocs sur la structure économique et sociale, mais ces chocs sont peut-être plus violents dans le cas du tourisme. Sa particularité est qu'il repose sur le déplacement et la rencontre des individus. Cela conduit inévitablement à une confrontation – qui peut cependant être positive⁶ – et qui sera d'autant plus grande que les cultures, les revenus, les modes de vie, les normes sont éloignées les unes des autres.

Le touriste, même sensibilisé et informé comme l'est le touriste solidaire, reste par sa simple présence un élément perturbateur. Pour tenir compte de ces « dérangements » inévitables, le tourisme solidaire essaie d'appliquer un principe de précaution sociale en tentant de déstabiliser le moins possible les

structures existantes afin de ne pas accroître la vulnérabilité des personnes. Cela passe par le refus de la mono-activité touristique et par un projet mûrement réfléchi, non uniquement apprécié selon des critères de rentabilité économique. Il s'appuie sur une démarche graduelle et progressive, un respect de l'économie informelle et des sphères domestique et religieuse, une réactivité en repensant les actions pour mieux atteindre les objectifs. La réunion régulière des acteurs et des habitants permet d'expliquer, de sensibiliser, d'argumenter, de consolider, et de gérer les conflits par la discussion afin de faire émerger des décisions satisfaisantes pour tous. La multidimensionnalité du tourisme et l'anticipation du regard extérieur du visiteur ont aussi l'avantage de pouvoir (presque) « tout mettre sur la table ». Cela suscite une réflexion qui englobe aussi bien l'environnement, les ressources locales naturelles, culturelles et patrimoniales, la vie sociale, l'éducation, la santé, le lien avec les autres territoires...

Néanmoins, s'agissant pour la plupart d'expériences très récentes, le manque de recul est inévitable. Cela peut expliquer les carences d'évaluation extra-économiques par la construction d'indicateurs de bien-être individuel, d'épanouissement et de qualité de vie sociale. Or « il faut tenter d'évaluer dans toutes leurs interactions les effets directs, indirects, cumulés sur l'environnement (ressources, biens communs, patrimoines...), les sociétés (les relations sociales, l'organisation, la répartition du travail...) et les cultures (modes de vie, part du matériel et de l'immatériel, rapport à l'éthique individuelle et collective...) » (Laurent, 2004). Vaste programme... surtout quand on sait que cette évaluation systémique n'est déjà que très rarement réalisée pour des projets touristiques d'une tout autre ampleur. En outre, il ne faudrait pas s'arrêter à l'évaluation des projets qui ont « réussi », mais aussi tirer les enseignements – souvent aussi intéressants – de ceux qui ont échoué.

Quelle clientèle ?

Les touristes solidaires sont souvent d'anciens coopérants, des retraités actifs, des diplômés du supérieur, des enseignants, des étudiants, pour la plupart déjà politiquement sensibilisés aux problèmes du tiers-monde. Cette clientèle est financièrement plutôt aisée, le prix du voyage étant plutôt élevé, de l'ordre de 1000 € à 3000 € selon la destination⁷. À la différence du commerce équitable, où quelques euros suffisent pour être solidaire, le potentiel de clientèle est forcément plus limité. De plus, l'absence de confort, les craintes en termes de sécurité et de santé, les habitudes d'activités vacancières plus traditionnelles constituent également des freins à l'expansion de cette forme de tourisme.

Une étude de l'Union nationale des associations de tourisme (UNAT, 2005b) sur un échantillon représentatif de Français voyageant à l'étranger⁸ établit qu'environ 7 % d'entre eux se déclarent « très intéressés », ce qui constitue un indicateur de potentiel de développement, et confirme le type de profil concerné : revenus élevés, urbain, diplômé, engagement associatif.

L'ouverture vers d'autres clientèles est aussi pratiquée. Le tourisme solidaire peut être concilié avec d'autres formes de tourisme, plus traditionnelles : quelques jours dans un circuit, une extension à un tourisme balnéaire ou culturel... Il s'ouvre aussi à une clientèle urbaine de proximité, nationaux ou expatriés, à l'image du tourisme rural du Nord.

Quelle reconnaissance ?

Dans le tourisme, chartes, codes de conduites, déclarations se sont multipliés et évoquent tous l'équité, l'éthique, la durabilité, la responsabilité, la solidarité. Comment être sûr que cela ne recouvre pas simplement des comportements opportunistes et des objectifs purement publicitaires ? Comment améliorer la lisibilité pour le consommateur ? Se pose ainsi le problème de la certification et de la labellisation du tourisme solidaire, avec des critères pertinents et crédibles et un contrôle par des organismes spécialisés et indépendants.

L'un des tout premiers labels de tourisme équitable a été créé en 2002 en Afrique du Sud. Le label Fair Trade in Tourism South Africa (FTTSA) est attribué sur la base d'indicateurs en matière de salaires équitables et conditions de travail raisonnables, d'achats équitables, de juste redistribution des bénéfices, de politique commerciale éthique et de respect des droits de l'homme, des cultures et de l'environnement (FTTSA, 2006). Vingt-trois prestataires étaient labellisés en 2007.

En France, l'association Agir pour un tourisme responsable (ATR), qui regroupe 14 voyagistes de tourisme d'aventure et de nature, travaille depuis 2004 sur une procédure de certification avec un système de contrôle par l'AFAQ-AFNOR organisme reconnu par l'État. Les critères prennent entre autres en compte l'utilisation de ressources locales, le transfert des compétences, le respect des minima sociaux, la minimisation des impacts sur l'environnement, une gestion interne responsable du voyageur (ATR, 2006). De son côté, en partenariat avec la Plate-forme pour le commerce équitable (PFCE), l'Association pour le tourisme équitable et solidaire (ATES)⁹ a confié en 2006 à FLO: Fair trade Labelling Organization (organisme qui certifie en particulier Max Havelaar) une étude sur la certification des voyages équitables, qui devrait s'articuler autour de cinq piliers fondamentaux : la sensibilisation des voyageurs ; les possibilités de contact avec la population locale au cours des voyages proposés ; les problématiques environnementales ; l'implication dans un ou plusieurs projets de développement local ; les retombées économiques locales (UNAT, 2005b).

Quel discours politique ?

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 risque est

qu'il contribue à la délégitimation de l'État, à travers l'idée de « chaque village pour soi¹⁰ ». Or la durabilité sociale interne ne peut 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. L'absence d'une administration ayant capacité pour suivre, coordonner et contrôler reste un enjeu majeur pour le tourisme des pays du Sud.

Le second risque politique est d'imposer une certaine vision du Nord du « meilleur » développement : 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 ») ?

CONCLUSION

Il est difficile de prédire le devenir du tourisme solidaire et équitable. Restera-t-il un « créneau de solidarité » dans « un monde de brutes » ? Essaimera-t-il suffisamment pour devenir un réel segment de marché comme c'est le cas aujourd'hui pour le café équitable ? Ou bien aura-t-il plutôt une influence sur les mentalités des consommateurs, des gouvernements, des organisations internationales, des multinationales ? En somme, quel sera son pouvoir de contamination, de conscientisation relativement aux dysfonctionnements des mécanismes de l'économie de marché ?

C'est pourquoi il nous semble qu'il ne faut pas analyser le tourisme solidaire avec les indicateurs traditionnels. Ce n'est pas actuellement l'impact macrostatistique qui compte, ni même le nombre d'organisations ou de projets. Les innovations portées par le tourisme solidaire ne sont pas seulement technico-économiques – la naissance d'un nouveau produit, la création d'un créneau commercial – mais aussi d'ordre social et culturel, à savoir une autre façon de travailler, de participer à la vie collective, de consommer. Il en va finalement 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 » (Collectif MB2, 2001).

Notes

1. Sous les appellations de tourisme alternatif, de tourisme d'immersion ou de tourisme intégré. Dans le champ francophone, l'expérience la plus connue est sans doute celle des campements touristiques de Casamance au Sénégal. À partir de 1974, une quinzaine de campements ont été créés et ont, pour les meilleurs d'entre eux, drainé de 2000 à 5000 touristes par an. Des accords existaient

même avec le Club Méditerranée et d'autres structures analogues pour faire découvrir l'intérieur de la région. L'intensification du conflit indépendantiste dans la seconde moitié des années 1980 a mis fin à cette activité.

2. L'imagination terminologique des militants ou d'officines commerciales semble sans limites : tourisme de valeurs, citoyen, participatif, indigène, communautaire, éthique, respectueux...
3. Même s'il peut aussi s'appuyer sur une zone déjà attractive, en incluant à la fin du séjour la visite de lieux majeurs : pays Dogon, Teotihuacan, Marrakech...
4. Cette caractéristique est peut-être moins systématique que les autres.
5. Même s'il s'agit d'un public militant, l'activité reste vulnérable aux événements climatiques, sanitaires et politiques, nationaux et internationaux. Aucune structure de tourisme solidaire ne peut garantir un taux de remplissage constant.
6. Ainsi la population des villages d'accueil TDS au Burkina Faso justifie son adhésion au projet par la valorisation de son identité et de son patrimoine culturel, avant même l'argument des bénéfices économiques de l'activité (MARTIN-GOUSSET et SCHÉOU, 2004). Les habitants soulignent également que le programme leur procure une ouverture sur le monde extérieur, par les échanges pendant et après le séjour, par les liens qui perdurent avec les visiteurs. L'identité est ici vécue comme une ouverture et surtout pas comme une fermeture.
7. Certes par rapport au tourisme de masse « soldé », ce tourisme peut sembler plus cher, mais le rapport entre la qualité, le prix et le nombre de participants est tout à fait comparable aux autres produits touristiques de type culturel ou rural.
8. Ayant voyagé à l'étranger ou dans les DOM-TOM au moins une fois au cours des deux dernières années, soit 30% de la population totale.
9. Il existe en France une forte opposition entre l'ATR, qui regroupe des professionnels du tourisme d'aventure, et l'ATES, formée d'associatifs militants du développement (cf. le dossier thématique « Éthique, durable, solidaire ou responsable... comment s'y retrouver? » de janvier 2007 sur le site <www.tourmag.com>).
10. La création de l'UNVA (Union nationale des villages d'accueil) qui fédère les quatre villages d'accueil TDS du Burkina Faso en est un des rares contre-exemples.

Bibliographie

- AGIR POUR UN TOURISME RESPONSABLE (2006). *AFAQ Service Confiance. Agir pour un tourisme responsable*, <www.tourisme-responsable.org>.
- ASSOCIATION POUR LE TOURISME ÉQUITABLE ET SOLIDAIRE (2006a). *Création de l'association ATES*, Communiqué de presse UNAT, <www.unat.asso.fr>.
- ASSOCIATION POUR LE TOURISME ÉQUITABLE ET SOLIDAIRE (2006b). *Annexe aux statuts. Grille d'analyse pour les voyages du tourisme solidaire*, <www.tourismesolidaire.org>.
- BENAVIDES, D. (2001). « La durabilité socioéconomique du tourisme international est-elle assurée dans des conditions d'extrême compétitivité? », *Actes du troisième sommet du tourisme*, Chamonix, 5-7 décembre 2001.
- CAIRE, G. et M. ROULLET-CAIRE (2005). « Approche conceptuelle du tourisme durable et mondialisation touristique: une analyse critique de l'AGCS », dans K. LOGOSSAH et J.M. SALMON, *Tourisme et développement durable*, Paris, Éditions Publibook Université.
- COLLECTIF MB2 (2001). *Pour une économie alternative et solidaire*, Paris, L'Harmattan.
- FLOOK, A. (2001). « The Changing Structure of International Trade in Tourism Services: The Tour Operators Perspective », *Symposium on Tourism Services*, OMC.
- FTSA – FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (2006). *The Trademark Standards*, <www.fairtourismsa.org.za>.

- LAURENT, A. (2003). *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable*, Rapport au Ministère des Affaires étrangères, Paris, 270 p.
- LAURENT, A. (2004). «La longue marche du tourisme responsable vers le développement durable», *Espaces*, n° 220, novembre.
- MANIER, B. (2007). *Le travail des enfants dans le monde*, Paris, La Découverte.
- MARTIN-GOUSSET, P. et B. SCHEOU (2004). «L'association TDS. Quand les voyageurs deviennent des villageois», *Espaces*, n° 220, novembre.
- MEYER, D. (2003). «The UK Outbound Operating Industry and Implications for Pro-Poor Tourism», *Pro-Poor Tourism Working Paper*, n° 17, <www.propoortourism.org.uk>.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (2002). *Développement durable et travail. Le point sur le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme*, Madrid.
- ORGANISATION INTERNATIONALE DU TRAVAIL (2003). *New Threats to Employment in Travel and Tourism Industry in 2003*, Madrid.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2002a). *White Paper on Trade and Tourism Services: «Liberalization with a Human Face»*, Madrid.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2002b). *Tourism and Poverty Alleviation*, Madrid.
- ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME (2004). *Tourism Highlights 2003*, Madrid.
- UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME (2005a). *Tourisme solidaire. Des voyages vers l'essentiel*, Paris, 72 p.
- UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME (2005b). *Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français: notoriété, image et perspectives*, Paris.