

*II^e FORUM INTERNATIONAL
SUR LE COMMERCE ÉQUITABLE
ET LE TOURISME SOLIDAIRE (FITS, 2006)*
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, Mexique
23 au 26 mars 2006

**Pour en
savoir plus**

**Comptes
rendus**

INTRODUCTION

C'est lors du Sommet mondial des Nations Unies sur le développement durable, tenu à Johannesburg en 2002, qu'a lieu un premier atelier portant sur le tourisme solidaire dans un évènement international d'une telle envergure. Le gouvernement français, qui en avait soutenu l'organisation, prend alors l'initiative de convoquer un Forum international sur le tourisme solidaire (FITS) à Marseille en 2003. Trois cents participants et participantes y prennent part. À sa clôture, le gouvernement du Chiapas invite à la tenue d'un second FITS, qui aura lieu à Tuxtla Gutiérrez du 23 au 26 mars 2006. Ce dernier se distingue de la première version en convoquant le secteur du commerce équitable à se joindre à celui du tourisme solidaire. La France demeure toutefois le principal maître d'œuvre du FITS. Elle mandate l'Union nationale des associations de tourisme (UNAT) pour l'organisation de l'évènement.

Nombre de conférences internationales sur le tourisme ont été tenues au cours des vingt dernières années. Le Sommet de la Terre de 1992, à Rio de Janeiro, qui a donné le coup d'envoi au développement durable, s'était toutefois montré silencieux sur ce thème. C'est en 1995, à la Conférence mondiale sur le tourisme durable tenue à Lanzarote, en Espagne, que l'on définit ce concept et que l'on adopte une Charte du tourisme durable. Les Nations

LOUISE CONSTANTIN

*Conseillère en
tourisme équitable – MERCURE
mercure@tourisme-equitable.qc.ca*

Unies décrètent 2002 « Année de l'écotourisme », ce qui donne lieu, en mai, au Sommet mondial de l'écotourisme à Québec... et à la Déclaration de Québec sur l'écotourisme¹.

Ce qui distingue le FITS de ces différentes instances², c'est la spécificité du thème retenu, soit le tourisme solidaire. Lorsqu'on cherche à qualifier ce tourisme qui s'oppose au tourisme de masse, on fait face à une grande diversité terminologique : tourisme durable, équitable, solidaire, communautaire, social, humanitaire, autochtone, écotourisme, etc. L'expression « tourisme alternatif » chapeaute ces différents types de tourisme. Certains commencent même à utiliser le néologisme « altertourisme » par analogie avec l'altermondialisation. Pour connaître les définitions plus précises de ces différentes catégories, on peut consulter l'ouvrage québécois récemment paru, *Un autre tourisme est-il possible ?*³.

Dans la littérature et parmi les promoteurs, les termes « équitable » et « solidaire » sont souvent interchangeables. Quoi qu'il en soit, c'est par analogie avec les principes sous-jacents au commerce équitable qu'on parle maintenant de tourisme équitable ou solidaire. Au départ, il s'agit de qualifier un échange de biens (commerce) ou de services (tourisme) entre consommateurs du Nord et fournisseurs du Sud visant à établir un rapport mercantile plus juste à l'intérieur d'un système économique généralement caractérisé par l'exploitation des ressources du Sud par les multinationales du Nord. Il est à noter que les Premières Nations, qui se présentent souvent comme le tiers-monde du Nord, revendiquent également ce terme d'équitable dans les relations commerciales souhaitées avec les populations allochtones⁴. Aussi le facteur économique est-il souvent le principal critère qui est évoqué pour définir le tourisme équitable. On insiste alors sur l'échange sans intermédiaire de services touristiques entre fournisseurs et voyageurs et sur les retombées financières directes pour les communautés d'accueil. La réalité est souvent plus complexe en faisant intervenir un plus grand nombre de composantes. Ainsi, Mercure privilégie les prestations touristiques décidées, conçues, mises en œuvre et gérées collectivement par une communauté locale, prestations qui assurent un revenu à chaque membre de la communauté et qui dégagent une « plus-value équitable » réinvestie dans des projets collectifs (santé, éducation, eau potable, autres projets de développement économique). La préoccupation environnementale est également présente chez les promoteurs et les fournisseurs de tourisme équitable. Quant au qualificatif « solidaire », il caractérise alors plus particulièrement la participation financière—ou humaine—des voyageurs ou des tour-opérateurs à des projets de développement dans les communautés visitées.

Ce second FITS, qui s'adresse avant tout aux organisations de la société civile, poursuit trois objectifs : adopter un plan international d'action quin-

quennal, faire profiter le secteur du tourisme solidaire des acquis de celui du commerce équitable et favoriser le développement de partenariats d'affaires entre fournisseurs des pays du Sud et promoteurs des pays du Nord.

Le FITS 2006 est inauguré par le président Vicente Fox en présence de plusieurs personnalités du gouvernement du Chiapas, de la France ainsi que de l'Organisation mondiale du tourisme représentée par son secrétaire général, M. Francesco Frangialli. Le président Fox précise que le tourisme représente 10% du PIB et des emplois au Mexique. On souligne en outre que le concept de commerce équitable est né au Chiapas même, il y a cinquante ans, et on déclare que le Chiapas pourrait maintenant devenir un modèle pour le développement du tourisme solidaire utilisé en tant qu'outil de lutte contre la pauvreté⁵. Plusieurs engagements de principe sont énoncés; toutefois, aucune annonce concrète en termes de programmes, de budgets ou de moyens de facilitation n'en découle.

Le présent compte rendu vise à faire ressortir les éléments marquants du volet «tourisme solidaire» du FITS. Après en avoir énuméré les principales réalisations et souligné certaines limites, il présente, d'une façon relativement subjective, le milieu restreint dans lequel évoluent les promoteurs de tourisme équitable et solidaire dans les pays du Nord en comparant le «modèle européen» et le «modèle nord-américain». Puis il tente, à partir des données plutôt sommaires transmises lors du Forum, de circonscrire le marché potentiel au Québec pour ce type de tourisme. Il cherche par la suite à dégager les leçons que peut tirer le secteur du tourisme solidaire des acquis du commerce équitable, mieux implanté. L'article conclut en abordant deux questions incontournables dans le domaine, celles du financement et de la certification.

PRINCIPALES RÉALISATIONS

Pour sa seconde édition, le FITS attire 600 personnes provenant d'une soixantaine de pays, soit le double du nombre de participants et participantes s'étant réunis lors de la première rencontre tenue à Marseille en 2003. On constate naturellement une très forte représentation mexicaine et latino-américaine.

Comme il était prévu, le Forum se termine sur l'adoption d'un plan d'action quinquennal 2006-2010, qui se fonde sur sept objectifs, desquels découle un ensemble d'actions:

- renforcer et structurer les réseaux;
- sensibiliser et éduquer sur le tourisme solidaire;
- faciliter l'accès aux services d'appui;
- faciliter l'accès au financement;
- renforcer la commercialisation;

- mettre en place un système de garanties ;
- évaluer, capitaliser et mesurer les impacts.

Le Forum parvient également à un consensus sur la nécessité d’engager un processus de préparation d’une Charte de la qualité en tourisme solidaire. On peut en outre souligner la conclusion d’une quarantaine d’engagements de collaboration ou de partenariats d’affaires entre les participants et participantes, car le FITS se voulait par ailleurs une foire commerciale débouchant sur des projets concrets.

Enfin, l’évènement a suscité suffisamment d’intérêt pour qu’on s’entende sur la pertinence de tenir un nouveau FITS en 2009, cette fois-ci sur le continent africain. Deux pays ont posé leur candidature, le Maroc et le Mali. La décision quant au choix du pays hôte sera prise par le comité de coordination du FITS.

QUELQUES LIMITES

En dépit de ses réalisations, le FITS 2006 a souffert de certaines limites. Ainsi, on a pu remarquer l’absence des principaux acteurs nord-américains, exception faite de *Conservation International*. Il en a été de même des principaux organismes québécois actifs dans le commerce équitable, ces organismes ayant plutôt opté pour d’autres évènements internationaux récents, comme la rencontre de l’Organisation mondiale du commerce à Hong Kong et le Forum social mondial à Caracas.

D’autre part, bien que le FITS 2006 ait eu lieu dans un pays du Sud, on a relevé la présence de seulement une trentaine d’organismes du Sud engagés dans des projets concrets de tourisme solidaire sur la centaine qui avaient été ciblés initialement. Il semble que des contraintes financières expliquent cette fois encore cette faible participation des organismes et intervenants les plus directement concernés par le thème du FITS. Qui plus est, ces derniers se sont plaints du manque de facilitation des échanges Sud-Sud, ainsi qu’ils l’ont déploré dans une lettre ouverte aux organisateurs⁶. On ne peut non plus passer sous silence l’absence de plusieurs représentants et représentantes de pays musulmans à cause du refus d’émission de visas par le Mexique ; les seules personnes ayant pu participer disposaient de la nationalité française.

Sur le plan du contenu, malgré les discours officiels, le Plan d’action comporte une forte coloration « nordique », ce qui résulte peut-être de la composition du comité de préparation de la proposition de Plan d’action, essentiellement composé d’hommes issus de pays du Nord. Pour les mêmes raisons, peut-être, on y relève un manque de sensibilité et de contenu lié à la problé-

matique de genre. Enfin, les acquis des grandes conférences des Nations Unies sur le développement durable, le développement social, les femmes et l'habitat sont peu reflétés dans le Plan d'action.

Pour conclure, il n'a pas non plus été prévu de créer une structure formelle pour assurer la mise en œuvre du Plan d'action. Le FITS en soi n'est pas un organisme, mais un évènement. Jusqu'à présent, c'est l'Union nationale des associations de tourisme (UNAT) qui a été mandatée par le ministère du Tourisme français pour organiser les FITS, et l'équipe de coordination s'est adjoint quelques collaborateurs, dont M. Louis Jolin, professeur au programme de tourisme de l'Université du Québec à Montréal. Le Bureau international du tourisme social (BITS), de son côté, suit attentivement la démarche⁷.

LE MILIEU DU TOURISME SOLIDAIRE

Le milieu anglo-saxon ayant été quasi absent, il ne faudrait pas s'inspirer exclusivement des exemples présentés au FITS pour dégager un portrait global du milieu du tourisme solidaire du point de vue des promoteurs du Nord. Cela étant dit, le FITS est une excellente école pour analyser les différents modèles de développement dans le monde du tourisme solidaire. D'après notre analyse, deux tendances ressortent : le « modèle européen » et le « modèle nord-américain ».

Le « modèle européen »

Ce modèle repose sur plusieurs petites associations sans but lucratif nées à l'initiative de personnes ayant développé des liens privilégiés avec des communautés dans des pays du Sud. Il est proche du milieu de la coopération internationale.

On a déploré à plusieurs reprises l'absence de mutualisation entre ces associations qui fonctionnent en silo, notamment sur le plan de la commercialisation. Chacune fait la promotion de son projet de façon individuelle. Notons cependant la publication par l'UNAT d'un répertoire des différentes destinations offertes par ses membres⁸. L'association française Echoway, de son côté, a choisi de créer un site Web pour répertorier différentes destinations solidaires à travers le monde⁹.

Par ailleurs, il existe des voyagistes ou tour-opérateurs, privés ou associatifs, qui font partie de la famille élargie du tourisme solidaire¹⁰, ayant intégré certaines des pratiques courantes dans ce milieu :

- versement de 3 % des recettes pour appuyer des projets de développement durable dans les pays visités ;

- adhésion à des normes environnementales reconnues pour ce qui est des lieux d'hébergement, des produits utilisés, de la gestion des déchets, etc. ;
- promotion de codes de comportements responsables auprès de leur clientèle.

Enfin, il faut souligner l'ancienneté de l'expérience française qui s'étend déjà sur une vingtaine d'années et qui a donné lieu à une structuration solide, principalement grâce à l'UNAT. Celle-ci compte un effectif de plus de 50 membres, dont de grandes fédérations.

Le « modèle nord-américain »

Au Canada et aux États-Unis, des organismes, privés ou associatifs, proposent plusieurs dizaines de circuits dans plusieurs pays et continents. Ce faisant, ces organismes mettent à profit une stratégie de commercialisation globale pour leurs destinations et des économies d'échelle dans l'ensemble des fonctions de l'entreprise. Ainsi, ils arrivent à faire ce que les associations européennes réalisent avec difficulté : vendre leurs circuits et profiter d'un volume de clientèle significatif¹¹.

La commercialisation a véritablement été le thème récurrent du FITS, tant pour les organisations du Sud qui cherchent à recruter des clients internationaux que pour celles du Nord qui veulent intéresser les voyageurs aux destinations solidaires.

LE MARCHÉ

Le marché potentiel du tourisme solidaire demeure une grande inconnue. Bernard Schéou, professeur de tourisme à l'Université de Perpignan, a fait part, dans une table ronde, des résultats de ses recherches à ce sujet. Selon lui, 7% des voyageurs français seraient attirés par le tourisme solidaire, soit un marché potentiel de 650 000 personnes. Ce pourcentage est pourtant encore loin d'être atteint, puisque le nombre de départs en tourisme solidaire et écotouristique s'élèverait entre 10 000 et 20 000 en France. Selon Denia del Valle, coordonnatrice de la Rainforest Alliance pour la Mésio-Amérique, entre 1 et 5% des touristes dans le monde seraient intéressés par le tourisme alternatif. Ce qui est encourageant, c'est que les façons nouvelles de voyager croissent beaucoup plus vite que les façons traditionnelles. Ainsi, l'écotourisme se développe à raison de 10% par année en comparaison de 4 à 5% pour le tourisme conventionnel, d'après Alejandro Serrano, de Conservation International. L'enjeu demeure donc toujours celui de la commercialisation.

Au Québec, il est difficile de circonscrire le marché potentiel, faute de statistiques sur le nombre et le profil des voyageurs québécois à l'étranger¹². Selon Statistique Canada, les Canadiens et les Canadiennes ont effectué 6,7 millions

de voyages vers les pays autres que les États-Unis en 2006. Étant donné que la population québécoise représente 23,5 % de la population du Canada, nous pourrions établir une approximation de 1,57 million de voyages effectués par les Québécois à l'étranger. Et en appliquant le ratio de 1 à 7 %, nous parvenons à une fourchette de 15745 à 110215 voyageurs québécois pouvant être intéressés par d'autres formules que celles offertes par le tourisme de masse.

Certes, il y a lieu d'être prudent dans l'interprétation de ces données, qui ne reposent que sur des approximations et des projections¹³. Néanmoins, elles illustrent qu'il existe un marché potentiel pour le tourisme équitable et solidaire au Québec et qu'il y a lieu de se pencher sur les moyens de l'atteindre afin d'offrir aux voyageurs un produit qui correspond à leurs intérêts et à leurs valeurs.

LES LEÇONS DU COMMERCE ÉQUITABLE

Big is Beautiful! C'est un peu la leçon qu'ont donnée certains représentants du secteur du commerce équitable d'Europe, notamment Jean-Pierre Blanc de l'entreprise Malongo, le plus gros distributeur de café équitable en France. Son entreprise a vivoté pendant plusieurs années jusqu'à ce qu'il réussisse à distribuer le café équitable dans les grandes chaînes. Aujourd'hui, le commerce équitable dans son ensemble connaît une progression de 20 % par année en Europe. Il importe de préciser que cette vision « grande entreprise » est tout de même loin de faire l'unanimité chez les différents intervenants dans la mouvance du commerce équitable.

Cela étant, il n'est pas étonnant que nombre de participants au FITS, y compris les associations sans but lucratif, en soient venus à la conclusion que le tourisme solidaire ne pourra véritablement prendre son envol qu'au moment où il sera intégré au réseau organisé des voyagistes et des agences de voyage ou encore à une structure plus centralisée qui pourra prendre en charge la commercialisation des différentes initiatives.

Enfin, on a évoqué à de multiples reprises la nécessité d'une concertation entre instances gouvernementales, secteur privé et initiatives communautaires.

LE FINANCEMENT

Si l'on veut faire un mauvais jeu de mots, on peut dire que le financement est le parent pauvre du tourisme solidaire. Même la France, qui joue le rôle de leader pour le FITS, a peu de programmes de soutien des initiatives en tourisme solidaire. Habituellement ceux-ci s'adressent aux organisations du Sud et visent à soutenir le développement de produits et d'infrastructures touristiques. Mais à quoi sert de multiplier les projets au Sud si les organisations du Nord, qui travaillent à les promouvoir et à les vendre, ont de la peine à survivre ? Le FITS

a unanimement déploré la précarité des fournisseurs, du Nord comme du Sud, dans le domaine du tourisme solidaire. Il y aurait lieu de se pencher sur des outils de financement qui s'adresseraient à toute la chaîne de la mise en marché.

Les ressources offertes par les instances internationales (UNESCO, PNUD, etc.) ont été passées en revue. Mais il demeure difficile à de petites organisations travaillant chacune sur ses propres bases d'y avoir accès. Encore une fois, une forme de concertation des initiatives serait nécessaire pour développer l'ensemble du secteur.

ET LA CERTIFICATION ?

On le sait, le tourisme équitable et solidaire ne fait encore l'objet d'aucune certification ou labellisation uniforme, comme c'est le cas pour le commerce équitable. La question de la certification revient constamment dans les rencontres et les débats sur le tourisme. Le premier FITS s'était attardé à la question, mais n'avait pu faire consensus sur une démarche concrète. Certaines expériences de certification existent néanmoins, notamment en Afrique du Sud, ce qui a fait l'objet d'une présentation lors d'une table ronde. Le fait qu'il s'agit d'un service et non d'un produit, la complexité et la multiplicité des intervenants et des fournisseurs, entre autres choses, rendent très lourd un processus de certification dans le domaine du tourisme. En même temps, plusieurs intervenants craignent l'entrée en vigueur d'une certification qui pourrait tuer dans l'œuf plusieurs initiatives. Les fournisseurs du Sud éprouvent en outre un malaise envers une certification qui provient encore une fois du Nord et ils souhaiteraient mettre en place leur propre système de certification.

Le tourisme solidaire et équitable n'est toutefois pas dépourvu de chartes, déclarations et codes d'éthique qui lui fournissent un certain encadrement sur le plan des principes et des pratiques à suivre¹⁴.

Étant donné ces considérations et le peu de temps à la disposition des participants pour en discuter à fond, l'idée d'une certification a plutôt été remplacée par celle d'une Charte de qualité. La conception de cette dernière fait précisément partie des actions retenues pour la mise en place du Plan international d'action 2006-2010.

Notes

- * Nous désirons exprimer notre reconnaissance à la Caisse d'économie solidaire Desjardins, à la Fédération nationale des enseignantes et des enseignants du Québec et à l'agence de voyage Rythmes du Monde, dont l'appui financier et les encouragements nous ont permis de participer au Forum international sur le commerce équitable et le tourisme solidaire au Chiapas.
- 1. Voir <www.bits-int.org/documents/fr/Declar_Quebec_FR.pdf>.
- 2. De fait, le FITS est loin d'être la seule instance internationale de rencontre et d'échange sur le tourisme alternatif. Mentionnons notamment le Bureau international du tourisme social (BITS) qui organise régulièrement des événements sur des thèmes similaires, dont un colloque sur le tourisme solidaire

- tenu à Montréal, en 2005, et un prochain prévu à Mexico, en octobre 2007. De son côté, le Brésil accueille chaque année, depuis 2004, le Forum mondial du tourisme pour la paix et le développement durable qui réunit 3000 participants et participantes. À compter de 2007, ce Sommet sera transféré dans un autre pays, fort probablement situé en Europe.
3. Marie-Andrée DELISLE et Louis JOLIN (2007). *Un autre tourisme est-il possible ?*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 144 p.
 4. Lors du premier Forum social québécois tenu à Montréal du 23 au 26 août 2007 s'est tenu un atelier coanimé par la Société touristique autochtone du Québec (STAQ), le secrétariat des Amériques du Bureau international du tourisme social (BITS) et Mercure. Le thème en était : « Une route équitable des Amériques, est-ce possible ? Pour un tourisme de développement et de solidarité ».
 5. Une affirmation fortement critiquée par l'association française Echoway. Voir Anne VIGNA (2006). « Les charlatans du tourisme vert », *Le Monde diplomatique*, juillet, p. 14-15. Voir aussi Sophie VERMANDE (2006). « Les véritables enjeux du tourisme durable au Chiapas », *Écotourisme*, n° 6, juin, p. 3.
 6. « [...] les participants au forum venus d'Afrique et d'Asie se plaignaient dans une lettre ouverte aux organisateurs de "n'avoir discuté avec aucune communauté lors des visites de terrain" ». Citation parue dans Anne VIGNA (2006). *op. cit.*, p. 15.
 7. Notons que le secrétariat du Bureau international du tourisme social pour les Amériques est situé à Montréal.
 8. Carla RASERA et Dallal DJAKOUR (2002). *Tourisme solidaire : Des voyages vers l'essentiel*, Paris, UNAT, 72 p.
 9. Echoway : <www.echoway.org>.
 10. Ces voyageurs n'ont toutefois pas participé au FITS.
 11. À noter qu'une coopérative italienne, Viaggi Solidali, présente au FITS, se rangerait plutôt dans le « modèle nord-américain ». D'autre part, certaines organisations non gouvernementales (ONG) québécoises s'alignent sur le « modèle européen ».
 12. Les statistiques de Tourisme Québec portent sur les visiteurs au Québec et non sur les voyageurs québécois à l'étranger. Celles de Statistique Canada n'offrent pas de ventilation régionale. Quant au Globeveilleur de la chaire de tourisme de l'UQAM, il obtient de Statistique Canada des données ventilées sur les voyageurs québécois, mais qui ne portent que sur les dépenses effectuées (Claude PÉLOQUIN, 2004, « Où vont les Québécois à l'étranger ? », Réseau de veille en tourisme, Chaire de Tourisme, École des sciences de la gestion, UQAM).
 13. Et ce, d'autant plus qu'il appert que les Québécois seraient les plus nombreux à ne pas voyager parmi les Canadiens. Cité dans Diane PRÉCOURT (2007). « Ces Québécois qui ne voyagent pas », *Le Devoir*, 31 mai et 1^{er} juin, p. D3.
 14. Par exemple : la Charte du tourisme durable adoptée en 1995 à Lanzarote (Espagne) lors de la Conférence mondiale du tourisme durable organisée par l'UNESCO, l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), le Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE) et la Commission européenne ; la Déclaration de Montréal adoptée en 1996 par le congrès du Bureau international du tourisme social (BITS) et mise à jour lors du dernier congrès en mai 2006 à Aubagne (France) ; la Déclaration de Berlin pour la diversité biologique et le tourisme durable signée en 1997 lors d'une conférence réunissant les ministres de l'Environnement de 18 pays, la Commission européenne, le PNUE et l'OMT ; le Code mondial d'éthique du tourisme élaboré en 1999 par l'OMT ; les Principes pour la mise en œuvre d'un tourisme durable rédigés en 2002 par le PNUE ; la Déclaration de Québec sur l'écotourisme adoptée lors du Sommet mondial sur l'écotourisme tenu en mai 2002 ; la Déclaration de Djerba (Tunisie) découlant de la première conférence internationale sur le tourisme et le changement climatique en 2003 ; et les Lignes directrices sur la biodiversité et le développement du tourisme rédigées en 2004 lors de la conférence des parties prenantes de la Convention sur la diversité biologique réunissant 175 États. Des regroupements non gouvernementaux se sont également dotés de leurs propres outils : c'est le cas de l'UNAT, dont les membres ont adopté une charte commune en 2002, ainsi que de quatre organismes français, membres de la Plate-forme du commerce équitable. D'autres outils, telle la norme ISO 14 001, peuvent également inspirer les fournisseurs de services touristiques. Et différents regroupements naissent régulièrement afin de promouvoir une meilleure gestion environnementale, telle la Green Hotels Association. À ce sujet, consulter ALTERNATIVES ÉCONOMIQUES (2005). « Chartes et labels », *Le tourisme autrement*, mars, hors-série, n° 18, p. 40-67 ; Marie-Andrée DELISLE et Louis JOLIN (2007). *op. cit.*, p. 106-111 et 117-122.