

DEVOIR 2

Auteur : **Marie-Paule Reynaud**

Le tourisme solidaire

Avant propos

Ce devoir fait appel à l'ensemble des techniques et méthodes abordées lors de vos deux années de formation de manière transversale et regroupées sous la forme d'une étude de cas.

Les données figurant dans le dossier 1 du devoir sont publiées avec l'aimable autorisation de l'association ATES et de la presse professionnelle touristique.

L'association « Une Autre Vision du Voyage » est purement fictive ainsi que le programme et les prix communiqués dans le dossier 3. Les documents ressources utilisés dans cette partie sont présentés dans un objectif pédagogique, mais tout à fait représentatifs de ce qui existe sur le marché.

Temps de rédaction et de traitement du sujet conseillé : 4 heures

Contexte

Vous travaillez au sein d'une association de tourisme impliquée dans le tourisme équitable et solidaire (voir présentation en annexe 1). Jusqu'ici cantonnée à certains pays d'Afrique Noire, l'association souhaite proposer :

- une palette de voyages en liberté et en toute sécurité à ses adhérents,
- des programmes de voyage ouverts à la clientèle familiale
- sensibiliser les « jeunes voyageurs » à ce type de découverte tout en respectant l'esprit de départ.

Après de multiples voyages de reconnaissance et des rencontres avec les associations de développement local, pour valider son projet, le choix s'est porté sur le Maroc qui offre une gamme large de possibilités de découvertes, de rencontres et d'immersion au sein de la population locale et accessible tant à des adultes qu'à des enfants.

Le responsable de l'association vous confie les dossiers suivants :

Dossier 1 – Le marché et les acteurs du tourisme équitable et solidaire

1. L'offre touristique

- 1.1.** À partir des extraits figurant dans les annexes 1 à 4, listez les caractéristiques du produit solidaire et équitable dans le secteur associatif.

- 1.2.** À partir des « chiffres clés » communiqués par l'ATES et des différents postes de dépenses :
- Calculez le panier moyen du voyageur « solidaire » pour l'année 2014.
 - Analysez et donnez une explication plausible sur la part de chaque poste de dépense pour l'année 2014 en remplissant le tableau en annexe 5.

1.3. Le marché du tourisme équitable et solidaire

À partir des différentes annexes et de vos connaissances :

- Dressez un panorama des principaux acteurs professionnels du marché en France (associatifs et privés), de la demande et des actions déjà amorcées dans le secteur privé.

(On attend ici une réponse rédigée et structurée d'une trentaine de lignes incluant une courte introduction et conclusion.)

2. La demande touristique

2.1. Les besoins

En vous appuyant sur la théorie de Maslow, indiquez les besoins auxquels peut répondre « un produit solidaire et équitable ». (*Un besoin par catégorie à reporter dans la case correspondante du tableau proposé en annexe 5*).

2.2. Les facteurs sociétaux

Parmi les types de valeurs cités ci-dessous, indiquez ceux auxquels un produit solidaire et équitable peut faire écho. Justifiez vos choix dans le tableau en annexe 5. Vous le joindrez complété à votre copie.

Types de valeurs :

- Valeurs éthiques
- Valeurs environnementales
- Valeurs d'éducation
- Valeurs de comportement en société
- Valeurs du travail
- Valeurs familiales, filiales ou amicales

Dossier 2 – Élaboration d'un produit sur mesure

Vous recevez une demande de la part de la famille Desprès pour un voyage au Maroc (2 adultes + 2 enfants de 11 et 13 ans). Le responsable vous en confie le traitement et l'élaboration selon le cahier des charges suivant :

- Circuit auto-tour sur mesure au Maroc accessible à tout public favorisant tant la découverte que la rencontre.
- Période : vacances scolaires - avril 2020
- Budget : non défini
- Ce programme, une fois élaboré, pourra servir de référence pour être commercialisé plus largement auprès des adhérents de l'association et du grand public.

Travail à réaliser

- À partir du tableau synoptique du programme et des documents en annexe, calculez le prix de vente du voyage par personne. Vous établirez un prix de vente par adulte et un prix de vente par enfant. Vous procéderez au calcul détaillé des prestations puis complèterez le tableau récapitulatif du devis en annexe en appliquant un taux de marque de 12%.
- Établissez le prix de vente total du voyage que la famille Desprès devra régler à l'association.

Informations complémentaires

- L'association présente des prix hors transport aérien avec possibilité de se charger de la réservation des vols. La famille Desprès a souhaité que vous vous chargiez de la totalité du voyage.
- Les enfants seront hébergés dans la chambre des parents en maison d'hôte et selon les conditions indiquées sur le tableau synoptique du voyage.
- Vous prévoyez une assurance/assistance complémentaire (coût 2,5% du prix de vente).
- Les frais d'adhésion à l'association sont de 60€ pour une famille (non margeable).

- Le montant de la participation aux projets de développement locaux est de 70 € forfaitaire pour le dossier (non margeable).
- Taux de change : 1DH = 0,089 €.
- Location de voiture : livrée et restituée à Marrakech (sur le lieu d'hébergement). Monsieur et Madame Desprès conduiront alternativement le véhicule.
- Pour le calcul du prix de vente du programme de voyage au Maroc, vous effectuerez la conversion en euros dans la partie « calcul détaillé des prestations ».

Dossier 3 – Promotion

L'association envisage de lancer et de promouvoir ce nouveau programme.

Travail à réaliser

1. Indiquez les principales cibles auxquelles elle pourra s'adresser en justifiant vos réponses. Voir modèle tableau en annexe 10.
2. Proposez 3 vecteurs de communication appropriés pour la promotion du programme, sachant que l'association dispose d'un budget particulièrement serré et qu'elle devra puiser essentiellement dans ses ressources internes (existence d'une newsletter bi mensuelle – fichier adhérents actualisé et qualifié et site Internet vitrine). Vous remplirez le tableau en annexe 10 en indiquant les avantages des vecteurs envisagés.
3. L'association a l'opportunité de partager un stand avec une autre association lors du salon Solidarissimo qui se déroule sur 3 jours en novembre à Colmar. A partir des informations figurant en annexe 7, listez au moins 4 arguments qui plaident en faveur d'une telle participation.

Dossier 4 – Évaluation de la prestation

Dans le cadre d'une démarche qualité, l'association insère des questionnaires de satisfaction dans les carnets de bord des adhérents qui ont pour objectif de vérifier d'une part la qualité des prestations allant de la réservation jusqu'au retour de voyage et de collecter des informations précieuses qu'elle pourra mettre à profit dans le cadre de la GRC.

Travail à réaliser

1. Indiquez en quoi cet outil d'évaluation demeure limité.
2. Vous proposez au responsable de l'association un outil d'évaluation complémentaire qui s'appliquera à l'ensemble des programmes de voyage proposés : un questionnaire soumis par téléphone à ceux qui n'auraient pas adressé le questionnaire écrit.

Indiquez les items principaux qui devront figurer dans ce questionnaire téléphonique à partir du modèle de tableau en annexe.

Conseils méthodologiques

- La question 1.3 du premier dossier doit faire l'objet d'un développement incluant, une introduction et une conclusion.
- Pensez à gérer votre temps : 1^{re} lecture du sujet des questions et des annexes entre 10 et 15 minutes afin de bien cerner la problématique (utilisez le surlignage). Lisez **très attentivement** le libellé de chaque question et assurez-vous d'avoir bien compris le travail demandé avant de vous lancer dans la rédaction du devoir.
- Apportez un soin particulier à la présentation de votre travail.

Barème de notation sur 80 points

Dossier 1 : 25 points

Question 1.1 : 4 points

Question 1.2 : 4 points

Question 1.3 : 10 points

Question 2.1 : 3 points

Question 2.2 : 4 points

Dossier 2 : 25 points

Question 1 : 22 points (calcul détaillé + tableau récapitulatif)

Question 2 : 3 points

Dossier 3 : 15 points

Question 1 : 2 points

Question 2 : 9 points

Question 3 : 4 points

Dossier 4 : 15 points

Question 1 : 5 points

Question 2 : 10 points

Annexe 1 - Extrait page d'accueil site Internet « Une Autre Vision du Voyage »

Annexe 2 - Extraits du site www.tourismesolidaire.org

Annexe 3 - Extraits documents du site www.tourisme-durable.org

Annexe 4 - Articles presse touristique

- www.lechotouristique.com « *Le tourisme responsable intéresse les Français* »

- www.tourmag.com « *Le tourisme équitable et solidaire, ou "l'envers de la carte postale"* »

- www.tourhebdo.com « *Que font (concrètement) les professionnels du voyage pour un tourisme plus responsable ?* »

Annexe 5 - Modèles tableaux pour traiter le dossier 1

Annexe 6 - Tableau synoptique Maroc

Annexe 7 - Devis Jet Maroc

Annexe 8 - Grilles tarifaires prestations terrestres

Annexe 9 - Modèle tableau récapitulatif du devis

Annexe 10 - Modèles tableaux pour traiter le dossier 3

Annexe 11 - Document Salon SITV Solidarissimo

Annexe 12 - Modèle tableau pour traiter le dossier 4

Annexe 13 - Adhésion à l'association

Page d'accueil du site Internet « Une Autre Vision du Voyage »



Une Autre Vision du Voyage

**Destinations
Programmes**

**Prix
Adhésion**

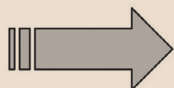
**Nos actions Contact
Projets 2020**

Une Autre Vision du Voyage c'est :

- Une organisation associative à échelle humaine
- Une équipe de professionnels : 5 personnes dont 2 permanents
- Des partenariats noués depuis 10 ans avec des associations locales dans chaque pays en vue d'initier et d'accompagner la réalisation de projets de développement de l'activité touristique.
- Des programmes de voyages élaborés avec soin, en petits groupes (de 2 à 12 personnes) sur 3 destinations (Mauritanie, Sénégal, Burkina Faso)
- Le concours des populations locales, véritablement actrices de leur développement et dans le respect de l'environnement (création d'emplois) et une proximité avec le quotidien des familles hôtes
- Des accompagnateurs locaux résidant dans le pays et francophones
- Des hébergements présentant des conditions sanitaires satisfaisantes (chez l'habitant, auberges)
- Des prix qui sont « équitables » et qui assurent un salaire correct à chaque intervenant sur le voyage

La rencontre est au bout du voyage....

Si pour vous, les vacances sont des opportunités de détente, de rencontres et de découverte des autres, alors poussez simplement la porte !



IMM : 033 05 0061 Association loi 1901 - 40 rue Frédéric Chopin 33 000 TOULOUSE - Tél : 05 70 23 70 90 – Fax : 05 70 23 45 62
e-mail : uavv.org - mentions légales

Le tourisme équitable et solidaire

Le tourisme équitable et solidaire, qu'est-ce que c'est ?

Conçu par des spécialistes et en partenariat étroit avec les acteurs locaux, le voyage équitable et solidaire garantit au voyageur de vivre une expérience rare, à taille humaine, faite de découvertes et d'échanges avec les populations, et qui contribue au développement équilibré des territoires visités.

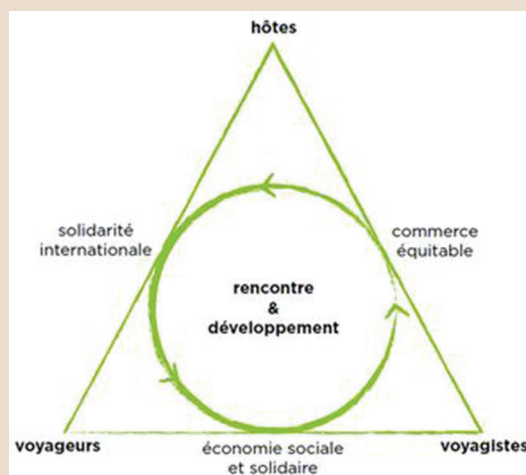
Un voyage équitable et solidaire, c'est :

- Voyager en petit groupe, loin des grandes infrastructures touristiques, dans des conditions privilégiées de rencontre et d'échanges avec les populations
- Être accueilli chez l'habitant ou dans des hébergements tenus par la population locale (petits hôtels de charme, villages, gîtes familiaux, campements...)
- Favoriser l'économie locale (guides, repas, transports, artisanat...)
- Voyager dans le respect des populations, de leur culture et de leur environnement
- Financer des projets de développement, décidés et gérés par les communautés, par le reversement d'une partie du prix du voyage
- Bénéficier des garanties offertes par des opérateurs professionnels, immatriculés au registre des opérateurs de voyages
- Choisir un voyageur, acteur de l'économie sociale et solidaire (ESS)

Les concepts associés au tourisme équitable et solidaire

Le tourisme équitable et solidaire résulte d'une véritable harmonie entre les personnes, les cultures et l'environnement. Pour répondre à ces engagements, le tourisme équitable et solidaire se fonde sur trois piliers : le commerce équitable, la solidarité internationale et l'économie sociale et solidaire.

Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « réseau ATES » puis le « tourisme équitable et solidaire »



Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « réseau ATES »
puis le « tourisme équitable et solidaire »
/...



Présentation de l'ATES

L'ATES (Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire) est un réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Créée en 2006, elle regroupe des producteurs de voyages et des membres partenaires, tous engagés pour faire du voyage un levier de développement et de solidarité internationale.

L'ATES définit et porte la voix d'un autre tourisme, fait de rencontres, d'échanges et de découverte des peuples et des cultures du monde. Grâce à la délivrance de son label « Garantie tourisme équitable et solidaire », elle assure aux voyageurs une expérience unique de voyage qui respecte les hommes et les cultures.

Reconnue au niveau national et international comme organisation de référence du tourisme équitable et solidaire, l'ATES propose des voyages en petits comités et hors des sentiers battus dans plus de 50 destinations dans le monde !

Les principales missions de l'ATES

- Être le porte-parole en France et à l'étranger des principes et valeurs du tourisme équitable et solidaire auprès des institutions, des partenaires et du public (publications d'articles, interviews, interventions dans des colloques, des formations...)
- Faire connaître l'offre de voyages équitables et solidaires de ses membres.
- Mettre en œuvre l'évaluation des pratiques de tourisme équitable et solidaire et garantir, au moyen du label "Garantie Tourisme équitable et solidaire", que chaque organisation est conforme aux engagements de la Charte du Tourisme Équitable et Solidaire et aux critères d'évaluation définis.
- Animer et accompagner le réseau des acteurs du tourisme équitable et solidaire (formations, ateliers d'échanges, rencontres...)

Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « réseau ATES » puis le « Qui sommes-nous ? »

.../...

L'ATES

Le réseau français du tourisme équitable et solidaire

32 membres

dont
15 Producteurs de voyages

17 Membres partenaires



53 Pays **275** Voyages

NOS PILIERS

Commerce équitable



Assurer une rémunération juste des acteurs locaux

Solidarité internationale



Allouer une part du prix des voyages à un projet de développement

ESS



Allier performance économique et utilité sociale

NOS MISSIONS

En France : Sensibiliser le public et promouvoir les voyages équitables et solidaires

A l'étranger : Plaidoyer auprès des institutions (UE, OMT...)

Communiquer

Garantir

Accompagner



Par l'évaluation de 57 critères, donnant lieu à une labellisation

Les membres et les porteurs de projets en France et à l'International



Suivez-nous sur les réseaux sociaux !

 @VoyagesATES

 @voyagesATES

powered by
PIKTOCHART

Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « réseau ATES »
puis le « Qui sommes-nous ? »

.../...

Actions à l'international

► Projets d'expertise à l'international

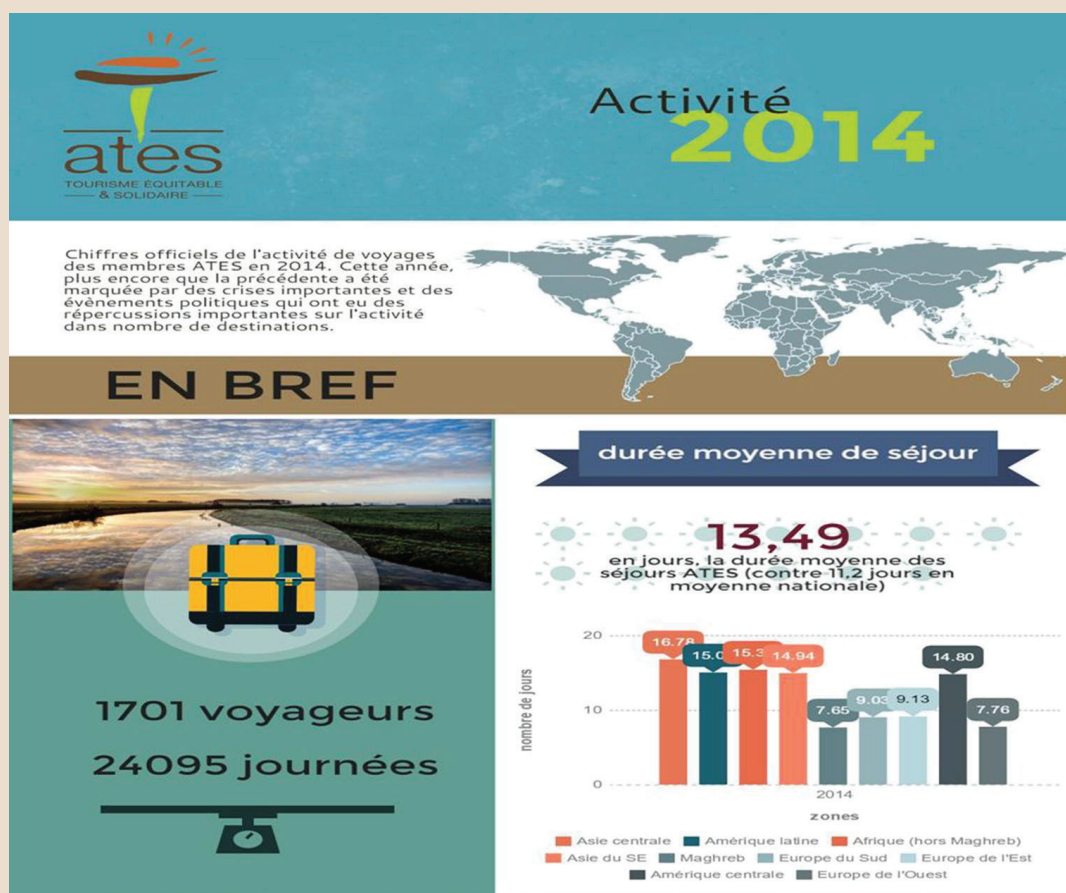
Grâce au soutien de l'Agence française de développement et du Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, l'ATES anime depuis plusieurs années, des projets d'expertise à l'international.

Ainsi, l'ATES œuvre à la création de réseau d'acteurs locaux du tourisme équitable et solidaire, comme à Madagascar, où un réseau a vu le jour en 2015. Ce réseau, en partenariat avec le Centre d'information technique et économique et l'Association nationale du Commerce équitable et solidaire à Madagascar a été conçu sur la base de rapports de missions sur le terrain, à l'occasion d'ateliers organisés à Madagascar en présence des acteurs et de représentants du gouvernement malgache.

Une méthodologie de mesure de l'impact du tourisme équitable et solidaire dans les destinations et auprès des populations locales a été créée afin d'étudier les effets de l'activité des membres de l'ATES dans un objectif d'amélioration continue. Cette méthodologie reproductible sur tous les territoires a permis la publication en 2019 d'une première étude portant sur Madagascar, l'Inde et le Pérou.

Ces projets, toujours réalisés en étroite collaboration avec les territoires d'accueil, ont pour objectif de partager l'expertise de l'ATES afin de contribuer au développement et à la structuration du tourisme équitable et solidaire dans le monde.

Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « réseau ATES » puis « Nos actions »



.../...

chiffre d'affaires

Part des transports d'acheminement
dans le chiffre d'affaires voyages

33%
36% en 2013



3 377 494 € en 2014

3 175 612 € en 2013

chiffre d'affaires

0 500000 1500000 2500000 3500000

■ 2014 ■ 2013

1%

1% en 2013



Part relative aux
assurances

ventilation des postes de dépenses dans la vente de séjours

(hors transports d'acheminement)

frais de
structure **34%**
37% en 2013



fonds de
développement



5%
5% en 2013

61%
58% en 2013

prestations
locales



CONTRIBUTION AUX ECONOMIES LOCALES

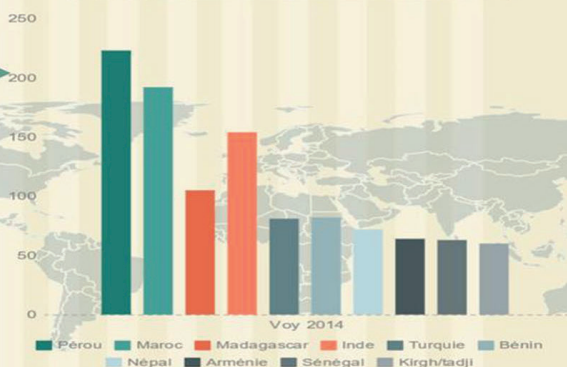


1 533 691 €
45% DU CHIFFRE
D'AFFAIRES VOYAGES

dont
121 922 €
consacrés au financement de
projets de développement

PALMARES

des pays les plus
fréquentés en 2014



plus d'informations sur

www.tourismesolidaire.org

powered by
Piktochart
make information beautiful

Source <http://www.tourismesolidaire.org> – onglet « Ressources » - titre « Baromètre de l'ATES 2014 » photo – chiffres clés

.../...

La Charte du tourisme équitable et solidaire

L'ATES regroupe des organismes de voyages sélectionnés sur la base d'une grille de critères éthiques rigoureux, qui travaillent dans une même démarche de tourisme équitable et solidaire. Ils veillent à mettre en place une activité touristique qui aide au développement local des régions d'accueil, dans le cadre d'un partenariat équilibré avec les populations locales.

Les membres de l'ATES, acteurs de l'économie sociale et solidaire, ont élaboré une charte commune qui assoit leur identité collective. La Charte a été adoptée à l'unanimité et signée par l'ensemble de ses membres actifs réunis en Assemblée Générale le 9 juin 2008 à Paris. Cette charte définit, autour de trois axes, les engagements que chaque membre actif de l'ATES doit impérativement respecter :

1. La relation avec les partenaires accueillants et l'organisation des voyages :

- L'opérateur organise ses séjours en partenariat avec les populations locales qui sont au cœur du processus d'accueil. Il favorise ainsi la rencontre et l'échange dans la conception de ses voyages.
- L'opérateur choisit en priorité des partenaires organisés autour de projets de développement bénéficiant à la collectivité
- L'opérateur organise ses voyages de manière à maximiser l'impact sur l'économie locale des territoires dans le respect de leurs équilibres économiques, sociaux et environnementaux.

2. Les engagements en faveur du développement local :

- L'opérateur organise son fonctionnement et fixe le prix de ses voyages de manière à dégager des ressources affectées à un fonds de développement
- Ce fonds est alloué aux populations d'accueil de ses destinations.

3. La sensibilisation du voyageur, la transparence et la communication :

- L'opérateur informe et sensibilise les voyageurs sur les principes du voyage solidaire et sur chacune des destinations (situation économique, sociale et culturelle, règles de savoir vivre, situation environnementale)
- L'opérateur met à disposition du voyageur la répartition du prix de ses voyages
- L'opérateur informe les voyageurs sur ses actions de développement et de préservation de l'environnement.
- L'opérateur milite pour le tourisme équitable et solidaire et le respect des ses principes... »

Planchers définis lors des 1ères rencontres de l'ATES en région les 25 et 26 sept 2008 .

Pour un voyage de moins de 1000 euros : 30 euros minimum devront être affectés au fond de développement

Pour un voyage de moins de 1 500 euros : 45 euros minimum

Pour un voyage de plus de 1 500 euros : 60 euros minimum

Extraits site www.tourismesolidaire.org

.../

Extraits enquête Atout France – Tourisme et développement durable – collection Marketing touristique 2011

Jouez à retrouver la bonne définition

Parmi les appellations plus partielles, quatre reviennent très souvent, trouvez à quelle définition correspond chacun des quatre termes suivants :

- A. L'éco-tourisme
- B. Le tourisme équitable
- C. Le tourisme solidaire
- D. Le tourisme social

Définition 1

Permet d'assurer aux communautés locales une part des revenus générés et de concilier le tourisme avec l'amélioration de leur condition de vie. Le respect des habitants et de leur mode de vie, leur implication dans l'activité touristique et le bénéfice des retombées économiques sont les points clefs de cette forme de tourisme.

Définition 2

Préconise le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de la population notamment les jeunes, les familles, les retraités, les handicapés, les personnes aux revenus modestes.

Définition 3

Est principalement lié aux formes de tourisme pratiquées en milieu naturel. Les notions de préservation du milieu, d'éducation [interprétation des composantes naturelles ou culturelles du milieu] et de bénéfices socio-économiques locaux sont les éléments fondamentaux de cette activité touristique.

Définition 4

Est directement associé à des projets socio-économiques locaux. Dans ce cadre, le touriste et le voyageur peuvent participer directement à des actions de développement. Ils peuvent également financer un projet de réhabilitation [bâtiment, équipement, aménagement, ...] ou un projet social grâce à une partie du prix du voyage.

Réponse : A3 - B1 - C4 - D2

/...

▲ Doc-1

■ A RETENIR

1. Une grande sensibilité de tous les Européens à l'environnement et au développement durable ;
2. Une « culture développement durable » qui s'installe progressivement dans la vie quotidienne des citoyens de l'U.E. ;

Mais avec...

3. Un grand décalage entre la volonté d'achat et la consommation réelle de produits écologiques ou responsables ;
4. Et des clivages marqués géographiquement en termes de comportement et d'achats responsables avec :
 - Des zones en avance [principalement le nord de l'Europe] ;

- Des zones intermédiaires comprenant l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France, la Belgique, les Pays-Bas. Dans ce groupe, la France présente des comportements analogues à ceux des autres pays mais peut être plus en retrait sur certains points comme le bio ou la consommation d'eau ;
- Des zones en retard comme l'Europe du sud et une partie de l'Europe de l'est.

NB : Il est important de remarquer que les Allemands et les Britanniques venant en France ont des comportements écologiques et citoyens plus marqués que l'ensemble de leur population mère.

ATOUT FRANCE 31

.../

▲ Doc-1

<https://www.tourisme-durable.org/tourisme-durable/ressources-1/>

Le tourisme responsable intéresse les Français

Tourisme durable

Par **Florian De Paola** Le Jan 29, 2018

Une étude menée par Easyvoyage montre l'intérêt des Français pour un tourisme plus respectueux de son environnement.

Ménée en janvier 2018 auprès de 2015 internautes, l'étude d'Easyvoyage montre que 66 % des Français pensent que le tourisme responsable/éthique est indispensable, notamment pour respecter le patrimoine social et environnemental des pays visités.

67 % des personnes interrogées se disent intéressées par l'essai d'un voyage dit « responsable ». Pourtant, 14 % d'entre eux ne voudraient pas en supporter le coût financier, tandis que 8 % d'entre eux considèrent qu'il ne s'agit que d'arguments marketing.

L'aspect durable pour le choix d'un professionnel

Pour autant, 27 % des répondants sont prêts à privilégier un professionnel mettant en avant l'humain et l'éthique. 50 % choisissent un aspect écologique : ceux qui préservent les espèces et l'écosystème (25 %) ou ceux qui ont une approche écoresponsable (25 %). Enfin, 19 % mettront en avant un TO « locavore »* et 5 % un professionnel qui compense les consommations en CO₂, à l'image de Nomade Aventure (groupe Voyageurs), qui vient d'annoncer la compensation à 100 % du CO₂ émis par les vols de ses clients. Par ailleurs, 31 % des sondés pourraient partir moins loin pour réduire les émissions.

Globalement 66 % des sondés sont prêts à partir avec une agence de voyages engagée, mais à moindres frais de préférence. De quoi intégrer définitivement ces questions dans l'offre touristique ? Pour 33 % des internautes, les complexes de vacances de demain proposeront un fonctionnement 100 % à l'énergie solaire avec tri des déchets et gestion de l'eau. D'autres (21 %) envisagent l'écovolontariat comme la meilleure solution pour préserver l'environnement. Par contre, les plus pessimistes (30 %) tablent sur la disparition de certaines destinations.

« Le tourisme dit durable ne doit pas être un marché de niche ou une simple tendance. Il doit faire partie intégrante du voyage et être créateur de valeurs voire même de bonheur », estime Jean-Pierre Nadir, le fondateur d'Easyvoyage.

* *locavore* : qui consomme des produits alimentaires locaux

<https://www.lechotouristique.com>

Le tourisme équitable et solidaire, ou « l'envers de la carte postale »

Extrait du 2^e tome du « Cahier des tendances » du Welcome City Lab

Le Welcome City Lab a dévoilé le second tome de son « Cahier des tendances ». Un ouvrage qui recense toutes les tendances d'aujourd'hui (et de demain) dans le secteur du tourisme et du voyage. Chaque semaine et en exclusivité, i-tourisme et TourMaG.com vous dévoilent une nouvelle tendance. Cette semaine, focus sur la définition du tourisme équitable et solidaire selon Caroline Mignon, directrice de l'ATES (l'association pour le tourisme équitable et solidaire).

Rédigé par Caroline Mignon le mardi 16 janvier 2018

Le tourisme est l'un des secteurs d'activité qui connaît la croissance la plus forte dans le monde aujourd'hui.

Dépaysement, découverte des cultures, repos... Toutes les raisons sont bonnes pour voyager. **Devenu un phénomène de masse, le tourisme nécessite une sensibilisation forte des voyageurs**, pour préserver l'environnement, les cultures, les patrimoines et les équilibres sociaux des pays visités, si on ne veut pas en faire une activité destructrice.

Le voyage est souvent la cause de méfaits nombreux : surconsommation d'eau par les touristes ou par les activités destinées aux touristes, déplacements en véhicules motorisés, concentration de groupes dans des écosystèmes fragiles ou dans des lieux non conçus pour de l'accueil à grande échelle, mais aussi phénomènes de folklorisation pour répondre à des attentes fantasmées des voyageurs, générées par un marketing inadapté et de ce fait, risques de dépendance, voire d'acculturation des populations.

L'envers de la carte postale pose encore souvent question et la responsabilité de ceux qui font le tourisme aujourd'hui est grande ! En forme de réponse à ces risques liés à l'explosion mondiale du tourisme, le tourisme équitable et solidaire s'intéresse depuis près de 20 ans à l'idée que **le tourisme peut, et doit, être un levier d'amplification des impacts positifs dans les territoires d'accueil.**

Le développement exponentiel d'une activité ne pourrait-il pas être facteur de développement pour les populations des pays d'accueil, plutôt que seulement facteur d'enrichissement d'opérateurs, souvent implantées dans les pays d'origine des voyageurs, dont les revenus ne bénéficient que peu aux habitants des pays visités ?

Les fondements du tourisme équitable et solidaire

Le tourisme équitable et solidaire repose sur **quelques principes fondateurs, reconnus dans la charte** du tourisme équitable et solidaire et régis, pour leur dimension équitable, par la loi du 21 juillet 2014 :

- Rencontre avec les populations à travers des programmes favorisant l'échange et la participation au quotidien des communautés.
- Recours majoritaire à des prestations locales pour maximiser les retombées économiques locales (logement, repas, artisanat, transports, guides...).
- Application des principes du commerce équitable, notamment en matière de rémunération juste, de partenariats établis sur la durée et de renforcement des capacités.
- Contribution au développement local par le financement de projets permis par un fonds de développement alimenté par 4 % du prix du voyage en moyenne.
- Relations commerciales équilibrées et concertées entre voyagistes, voyageurs et populations.

S'engager c'est bien, le prouver c'est mieux !

L'Association pour le tourisme équitable et solidaire (ATES), créée il y a 11 ans, a pour mission de **contrôler et valoriser les pratiques qui respectent ces engagements.** C'est en 2008 que les premières expériences d'évaluation ont eu lieu pour aboutir, en 2014, à la **création d'un label « Garantie tourisme équitable et solidaire »** qui atteste, au travers de l'évaluation de 54 critères, que les pratiques des voyagistes sont respectueuses de ces engagements.

Aujourd'hui 16 voyagistes portent ce label ! Les offres labellisées sont valorisées à travers de nombreuses actions et outils de sensibilisation, déployés en France et hors des frontières, via les nombreux partenariats noués par l'ATES dans plusieurs pays.

Ne pas confondre tourisme solidaire et mission humanitaire

Tendance lourde du moment, de plus en plus d'opérateurs se réclamant du tourisme solidaire vendent des voyages intégrant des missions humanitaires. **Attention à ce qui se cache derrière les promesses de faire des voyageurs des héros du développement !**

Le tourisme solidaire s'appuie sur la rencontre et les échanges avec les populations, dans le cadre d'une relation commerciale équilibrée. L'aide humanitaire est un autre métier qui demande une formation, une disponibilité sur le long terme et un encadrement strict, pour être porteuse d'effets positifs !

Rony Brauman, ancien président de Médecins sans frontières, rappelle d'ailleurs dans un article de Libération en 2016 : « Pourquoi vouloir fixer au voyage un autre but que la découverte de personnes, de paysages, de saveurs ? Faire du tourisme en se sentant investi d'une mission, pour être gentil, pour jouer au père Noël avec des livres, des stylos et des médicaments disqualifie le voyage en lui-même. La dissymétrie du rapport rend d'emblée la rencontre impossible. Ce n'est pas de l'ouverture, mais de la condescendance. »

Alors, quelles perspectives aujourd'hui, à l'heure d'une prise de conscience collective mondiale sans précédent des enjeux de la transition écologique, énergétique et sociétale ? **Comment rendre les voyageurs plus attentifs aux conséquences de leur consommation touristique comme ils le sont de leur consommation courante, à l'heure où la bio et le commerce équitable battent tous les records de développement ?**

Comment inciter les opérateurs à se responsabiliser et s'engager à inscrire leur activité dans le développement équilibré pour les territoires visités ? Comment décourager les pratiques visant à faire de la détresse humaine, de la pauvreté une attraction touristique ? Comment faire pour que le tourisme devienne vraiment un levier de développement, de paix, de compréhension mutuelle comme l'ONU l'appelle de ses vœux aujourd'hui ?

<https://www.tourmag.com/XI-Le-tourisme-equitable-et-solidaire-ou-l-envers-de-la-carte-postale>

Que font (concrètement) les professionnels du voyage pour un tourisme plus responsable ? (le 04/06/19)

La journée mondiale pour un tourisme responsable, c'était dimanche, et la journée mondiale de l'environnement, c'est demain. En Europe et ailleurs, de nombreux acteurs du tourisme (compagnies aériennes et de croisières, tour-opérateurs...) sont montrés du doigt pour leur large contribution à la pollution. Pourtant, des mesures concrètes sont prises pour réduire leur empreinte environnementale. Tour d'horizon des initiatives.

Dans les airs

Ce sont les cibles principales des écologistes. Les compagnies aériennes seraient responsables de 2 % (selon Iata) à 5 % (selon Réseau Action Climat) des émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial. Pourtant, les transporteurs se mobilisent, comme a tenté de le rappeler Alexandre de Juniac, le directeur général de Iata lors de sa dernière assemblée générale annuelle. « *L'industrie est mobilisée à mort* », a même déclaré l'ancien patron d'Air France-KLM.

Avions de nouvelle génération moins polluants, mieux remplis et plus légers, biocarburant, trajectoires plus directes... Des mesures sont déjà mises en œuvre aujourd'hui afin de tenir les engagements pris d'améliorer l'efficacité énergétique du transport aérien de 1,5 % par an entre 2009 et 2020, de stabiliser les émissions de CO₂ à partir de l'an prochain, puis de réduire les émissions en 2050 de 50 % par rapport à 2005. Un marché du carbone européen et bientôt un mécanisme mondial appelé Corsia (Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation), entreront ensuite en vigueur après 2020.

Pour preuve de leur bonne foi, les compagnies publient chaque année des bilans annuels de développement durable (positifs). Depuis 2011, Air France-KLM affiche ainsi une réduction de plus de 21 % de ses émissions de CO₂, l'utilisation de plus de 1 300 tonnes de biocarburants par KLM ou encore une baisse de la consommation d'eau de 6 %. Près de 86 000 arbres ont également été plantés grâce aux programmes KLM CO₂ZERO et Trip and Tree d'Air France.

Les agences de voyages et les voyagistes, représentés par les Entreprises du Voyage, le Seto et l'APST, considèrent toutefois que les compagnies aériennes doivent aller plus loin en compensant leurs émissions en fonction des avions exploités et des distances parcourues. Une mesure qui n'a pas suscité « *l'enthousiasme* » auprès des dirigeants de compagnies françaises, hormis Marc Rochet, le patron d'Air Caraïbes.

Sur les mers

Après les transporteurs aériens, les compagnies de croisières sont aussi pointées du doigt par les défenseurs de l'environnement. Mais là aussi, ces compagnies évoquent des initiatives concrètes pour moins polluer, voire tendre au « zéro émission ». Le 24 mai dernier, Hurtigruten a ainsi annoncé la signature d'un contrat avec Biokraft, une société norvégienne chargée d'approvisionner en biogaz liquéfié les navires de la compagnie. Ce biogaz sera produit à partir de déchets organiques. Hurtigruten fait également construire des navires hybrides qui entreront en service en 2021. La première livraison de biogaz interviendra dès l'an prochain.

Chez les plus grands transporteurs maritimes, les paquebots les plus récents seront aussi alimentés en gaz naturel liquéfié (GNL) comme le Costa Smeralda, qui entrera en service à l'automne, et son jumeau qui voguera à partir de 2021. Chez MSC Croisières, Patrick Pourbaix souligne aussi les efforts pour réduire les déchets à bord : « *On sait précisément ce qu'on embarque comme nourriture par exemple, le nombre de canettes, ce qui nous permet d'optimiser le recyclage une fois retourné au port. Aucun déchet n'est rejeté à la mer; on filtre aussi les eaux usées à bord.* » Tous les plastiques à usage unique vont aussi disparaître à bord des navires MSC d'ici à la fin de l'année.

À terre

Offices du tourisme, parcs de loisirs, associations... À terre, les acteurs du tourisme prennent aussi au sérieux la préservation de l'environnement. L'Islande, dont les campagnes marketing sont très souvent orientées vers un tourisme plus durable, a une nouvelle fois consacré sa communication à cette thématique. Intitulée « *Kranavatn* » (eau du robinet, en islandais), cette campagne souhaite sensibiliser les voyageurs à ne plus utiliser des bouteilles d'eau à usage unique pour lutter contre les déchets plastiques. Concrètement, les voyageurs pourront remplir leurs gourdes et autres bouteilles durables avec une eau du robinet naturellement pure dans les hôtels, les bars, les restaurants et à l'aéroport international de Keflavik (Reykjavik).

En France, 40 restaurateurs des Sables-d'Olonne (85) ont rallié l'initiative locale « Un été sans paille » qui vise à remplacer toutes les pailles en plastique par des pailles en carton.

Viparis, spécialiste des congrès et salons en Île-de-France, a dévoilé son programme Better Events Viparis 2030 incluant notamment l'achat de 100 % d'électricité verte, l'installation de bâches publicitaires photovoltaïques ou encore la création de fermes urbaines et de terrasses végétalisées.

Les parcs de loisirs affichent aussi leur engagement, comme le Futuroscope. Le parc annonce aujourd'hui vouloir valoriser tous ses déchets d'ici à fin 2020 et réduire sa consommation d'énergie de 20 % d'ici à 2024. Le Futuroscope disposera ainsi de son propre centre de tri des déchets. Parler de sauvegarde de la planète implique aussi de consommer différemment par le biais de circuits plus courts. Les produits de la région (bœuf charolais et limousin, agneau du Poitou, légumes de Marigny...) seront ainsi systématiquement mis à la carte pour réduire l'empreinte carbone. Sans compter la distribution de pailles en bambou et la mise à disposition de gobelets réutilisables, entre autres.

Les voyageurs ne sont pas en reste. Si Voyageurs du Monde et Salain Holidays se démarquent depuis plusieurs années par leur politique de compensation des émissions carbone, d'autres s'ajoutent progressivement à la liste comme Thomas Cook France. Le TO vient d'annoncer son adhésion à l'association Agir pour un Tourisme Responsable (ATR). Une manière de valoriser les actions conduites par le groupe ces dernières années, de l'arrêt des attractions touristiques non conformes aux standards de l'ABTA *Global Welfare Guidance for Animals in Tourism* à la suppression de 70 millions d'objets en plastique à usage unique à d'ici à 2020.

Le géant TUI s'engage de son côté à travers sa fondation en Afrique du Sud, en République dominicaine ou encore au Vietnam. À quand d'autres mesures en faveur du climat ?

<https://www.tourhebd.com/actualites/tendances/que-font-concretement-les-professionnels-du-voyage-pour-un-tourisme-plus-responsable>

Tableaux à compléter, à reproduire et à joindre avec votre copie

Dossier 1 – Question 1.2 - Ventilation des postes de dépenses d'ATES hors acheminement

Poste de dépense	%	Analyse et justification
Coût des prestations locales		
Frais de structure		
Fonds de développement		
Variation chiffres d'affaires 2013/2014		

Dossier 1 – Question 2.1 – Les besoins

Accomplissement personnel...

Estime...

Besoins d'appartenance...

Besoins de sécurité...








Besoins physiologiques...

Dossier 1 – Question 2.2- Les types de valeurs

Thèmes ou types de valeurs	Justification
Ex. Valeurs éthiques	

Tableau synoptique

Le sud marocain en liberté – 19/27 avril 2020
4 pax (2 adultes + 2 enfants 11 et 13 ans) 9 jours/8 nuits

Jour	Dates	Petit-déjeuner	Activités matin	Déjeuner	Activités après-midi	Dîner	Nuit
1	19/04	X	X	X	14.00 vol JM 454- LYS/RAK Arrivée 15 h 55 RAK Accueil Transfert jusqu'à la maison d'hôte - installation	MH	Maison d'hôte Marrakech 1 chambre 4 places
2	20/04	MH	Mise à disposition d'une voiture cat B – Départ en direction de Zaouit (4 h de route)	Libre	Zaouit : découverte vie quotidienne - avec hôte	MH	Maison d'hôte Zaouit 1 chambre 4 places
3	21/04	MH	Départ en direction de Taliouine (3 h 30 de route)	Libre	Taliouine : Visite accompagnée d'un village, champs de safran, greniers troglodytiques	MH	Maison d'hôte Taliouine 1 chambre 4 places
4	22/04	MH	Départ en randonnée avec guide et mules portant les bagages – nourriture et eau – groupes composés de 2 à 10 pers. maximum			Chez l'habitant	Chez l'habitant Chambre 4 à 10 places
5	23/04	Chez l'habitant				Chez l'habitant	Chez l'habitant Chambre 4 à 10 places
6	24/04	Chez l'habitant			Fin randonnée et retour à Taliouine	MH	Maison d'hôte Taliouine 1 chambre 4 places
7	25/04	MH	Départ pour Taroudant (3 h de route)	Libre	Visite accompagnée de Taroudant	MH	Maison d'hôte Taroudant 1 chambre 4 places
8	26/04	MH	Départ pour Marrakech (4 h 30 de route)	Libre	Restitution de la voiture Visite libre de Marrakech	MH	Maison d'hôte Marrakech 1 chambre 4 places
9	27/04	MH	Transfert aéroport pour vol JM 455 décollage 9 h 15	En vol	Arrivée LYS 13.05	Fin de nos	services

Légende – MH : maison d'hôte X = absence de prestation  : randonnée 3 jours – déjeuners pique-nique
Niveau : randonnée accessible aux enfants à partir de 8 ans. 4h de marche / jour


JET MAROC
Tarif négocié pour l'agence : Une Autre Vision Du Voyage

Parcours	Date	Vol	Horaires	Classe	Adulte	Enfant
LYS/RAK	19/04/20	JM 454	14.00 / 15.55	Y	2	2
RAK/LYS	27/04/20	JM 455	09.15 / 13.05	Y	2	2

Tarif adulte	147 €	Tarif enfant	110 €
Taxes APT	80 €	Taxes APT	80 €
Total /pax TTC	227 €	Total/pax TTC	190 €

Tarifs nets de commission - Sous réserve de disponibilité au moment de la réservation, de hausse du prix du carburant et des taxes aéroport. Les heures indiquées sont des heures locales.

ANNEXE 8

Extrait grille tarifaire établie en interne par « Une Autre Vision Du Voyage »

PRESTATAIRE MAROC : Association Terres Marocaines - Marrakech

Forfait Sud Marocain en liberté – 8 jours/7 nuits / REF 254 42 RAK

Devise : Dirham (DH) – taux de change 1 DH = 0,089 €

Saison été 2020 – Prix par personne

En chambre en maison d'hôte et chambre chez l'habitant pour rando–demi-pension

Prix nets par personne en DH	AVRIL	MAI	JUIN	SEPT	OCT
Forfait terrestre	4 500	4 500	4 250	4 000	4 000
Nuit sup en DP	600	600	550	500	500
Réduc enfant (6 à 15 ans)*	- 15 %	- 15 %	- 15 %	- 15 %	- 15 %
Sur les prestations terrestres					
Sup option rando Taliouine 3j **	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000
Mini 4 pax / Maxi 8 pax					
Sup option rando Taliouine 3j base 2 pax	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Sup Atelier cuisine Taliouine*	200	200	200	200	200

* aucune réduction enfant sur les options

** randonnée accessible aux enfants à partir de 8 ans

Transfert Maison D'hôte /APT ou APT/Maison d'hôtel : 100 DH/pers/trajet

LOCATION DE VOITURE – avril /octobre 2015

Prix net par par véhicule en DH	MARRAKECH	CASABLANCA	FES
CAT A 3 portes (2/3 pax)			
7 jours	2 200	2 200	2 400
Sup par jour sup/véhicule	300	300	300
CAT B 5 portes (4/5 pax)			
7 jours	3 200	3 200	3 400
Sup par jour sup/véhicule	420	420	420
CAT C (6/7 pax minivan)			
7 jours	3 800	3 500	3 700
Sup par jour sup/véhicule	500	500	500

- Véhicule climatisé - pris maison d'hôte Marrakech et maison d'hôte Marrakech
- Transfert Maison D'hôte /APT ou APT/Maison d'hôtel : SUP 100 DH/pers/trajet
- Kilométrage illimité
- Véhicule assuré tous risques (accident, vol) , hors bris de glace, pneus et perte de clés et franchise de 5000DH (caution à régler sur place)
- Âge minimum conducteur 21 ans - Permis français depuis plus d'un an
- SUP Conducteur supplémentaire : 100 DH

ANNEXE 9

Tableau récapitulatif du devis (à remplir et à joindre à votre copie)

Titre

Prix en Euros

Prestations	Prix individuel adulte	Prix individuel enfant 1	Prix individuel enfant 2	Frais collectifs	Frais collectifs non margeables
Total partiel par colonne					
Division des frais collectifs					
Total net par personne					
Marge (taux de marque 12%)					
PV hors assurance					
Assurance assistance (2,5 % sur PV)					
Taxes APT					
Frais de participation					
Frais d'adhésion					
Total frais forfaitaires					
Division des frais forfaitaires					
Prix de vente TTC					
Prix de vente arrondi					

Modèles de tableaux pour traiter le dossier 3

Question 1

Cibles potentiellement visées	Arguments / justification
1.	
2.	
3.	

Question 2

Vecteurs de communication	Avantages
1.	
2.	
3.	

Salon SITV Colmar – **Solidarissimo**

**22 000 visiteurs – 350 exposants français et étrangers dont
60 spécialisés – 12 500m² de surface d'exposition**

Période : 3 jours du 06 au 08 nov 2020

- Situées au carrefour de la France, de l'Allemagne et de la Suisse, Colmar et la région alsacienne s'ouvrent directement vers l'Europe et le monde.
- Un public varié au fort pouvoir d'achat.
- Une clientèle française, mais également allemande, luxembourgeoise et suisse fréquente le salon.
- Profils des visiteurs :
 - 51 % de retraités
 - 39 % d'actifs
 - 29 % de familles avec enfants
 - 75 % voyagent au moins 2 à 3 fois par an
 - 77 % planifient et réservent au moins 4 mois à l'avance
 - 33 % disposent d'un budget supérieur à 3 000 €
- Frais de participation au salon pour un stand de 11 m² clé en main :
 - 1 000 € TTC pour les 3 jours

Question 2 - Modèle questionnaire « Principaux items d'un questionnaire téléphonique »

Items	Exploitation des réponses par l'association
Ex.	
1. Vérification état-civil des voyageurs : nom, adresse, etc.	- Actualisation du fichier clients...
2.	
3.	
4.	
5.	

ANNEXE 13

Et pour aller plus loin...

L'adhésion est le signe de votre premier engagement. Elle constitue l'une des sources de notre fonctionnement :

Adhésion individuelle : 20 €

Adhésion par famille : 60 €

Le prix de chaque voyage inclut également une participation aux projets de développement. Le montant est de 30 à 70 € par dossier selon les programmes.

Les rapports financiers de l'association sont consultables sur ce site rubrique « projets »

Document de l'auteur