

# **Forum international tourisme solidaire, commerce équitable et développement durable**

## **FITS 2006**

**Recommandations  
pour un Plan International d'Action  
2006–2010  
Tourisme solidaire et responsable**

**Synthèse des travaux du forum**

**Tuxtla-Gutierrez, Chiapas, Mexique**

**26 mars 2006**

## INTRODUCTION

Le document « *Recommandations pour un Plan International d'Action 2006-2010 pour le développement d'un tourisme solidaire et responsable* » est un résultat du 2° Forum International Tourisme Solidaire, commerce équitable et développement durable (FITS) qui a eu lieu à Tuxtla-Gutierrez au Chiapas, Mexique, en mars 2006. Ce forum, réalisé en Amérique latine, faisait suite au 1° FITS réalisé en Europe (Marseille) en octobre 2003.

Ce 2° forum a été co-organisé par le gouvernement du Chiapas et le gouvernement français (ministère des Affaires étrangères et ministère délégué au Tourisme) avec l'appui de l'Organisation Mondiale du Tourisme et de l'UNESCO. Sa mise en oeuvre a été confiée à l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) et au Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques (GRET). Ce 2° forum mondial sur le thème du tourisme solidaire a réuni 650 participants en provenance de 63 pays.

### Un processus participatif d'élaboration

Le document Plan International d'Action a été rédigé à la suite d'un processus participatif. Le 1° FITS, à Marseille en 2003, avait permis aux participants de se rencontrer et d'échanger. Il avait aussi permis de poser un diagnostic du secteur et de préciser les principaux problèmes que les acteurs du tourisme solidaire et responsable rencontraient, mais il n'avait pas permis de beaucoup avancer sur les solutions d'ensemble. Lors de ce 1° FITS, une liste de 7 thèmes prioritaires d'action avait ainsi été établie.

A partir de janvier 2006, ces thèmes ont été soumis à un groupe de 10 experts qui ont travaillé séparément et ont apporté chacun leurs éléments de solutions autour de la question : « Que faire pour apporter des réponses à chacun de ces problèmes ? ». Les réponses ont été synthétisées dans un document de travail qui a été soumis à un deuxième groupe de 9 experts internationaux. Ceux-ci ont apporté leurs commentaires et observations.

Le document de travail ainsi revu et enrichi, puis traduit dans les 3 langues du FITS, a été soumis, au Chiapas, aux participants au forum. Le produit des discussions dans les 3 groupes a été retravaillé par une commission ad-hoc et présenté aux participants au 2° FITS le 26 mars lors de la session de clôture du forum.

Le présent document vise à formuler des propositions et des recommandations sur chacun des 7 thèmes prioritaires, à savoir :

- Renforcer le lien entre tourisme et territoires
- Renforcer et structurer les réseaux
- Sensibiliser et éduquer sur le tourisme solidaire et responsable
- Faciliter l'accès aux services d'appui
- Faciliter l'accès aux financements publics et/ou privés
- Renforcer la commercialisation
- Evaluer, capitaliser et mesurer les impacts

## Un guide pour l'action

Sur la base de ces recommandations, les participants au 2° FITS ont été invités à souscrire des engagements écrits de mise en œuvre. Ces engagements, bilatéraux ou multilatéraux, souscrits au Chiapas, au nombre de 56, concernent tout ou partie du Plan. Ils impliquent aussi bien des ONGs que des agences de tourisme, des collectivités territoriales, des comités d'entreprise, des réseaux de micro-entreprises de tourisme.

Ce Plan International d'Action 2006-2010 est destiné à servir de *guide pour l'action*. Il est destiné à être décliné aux différents niveaux territoriaux : Etats, régions ou provinces, départements, communes, chacun mettant en place les actions qui lui paraissent prioritaires pour son territoire. Celles-ci peuvent être très ponctuelles, concernant par exemple l'éducation au développement sur le thème du tourisme responsable et solidaire, ou, au contraire, s'insérer dans une démarche globale de promotion de formes alternatives de tourisme.

Ses résultats seront évalués lors du 3° FITS qui aura lieu en Afrique (Bamako) en octobre 2008. Le Plan servira également de base de discussion lors des forums régionaux intermédiaires qui auront lieu à Marseille pour la zone Méditerranée, à Fortaleza pour l'Amérique latine et au Niger pour l'Afrique de l'ouest, début 2008.

### **Jean-Marie Collombon**

Coordinateur général

Contact FITS :  
(33) 6 61 84 16 20  
fits@tourisme-solidaire.org

## Objectif 1. Renforcer le lien entre tourisme et territoire

Le tourisme est un axe privilégié pour travailler sur le territoire

### 1. Les projets de tourisme solidaire ne prennent pas assez en compte la réalité des territoires dans lesquels ils s'inscrivent

Actions	Mise en oeuvre
<p><b>1.1</b> Valoriser la <i>synergie</i> entre les territoires et les communautés qui y vivent et qui les mettent en valeur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Privilégier le patrimoine naturel et culturel</li> <li>• Renforcer la capacité des communautés à valoriser les potentialités de leur culture et de leur environnement</li> <li>• Développer les capacités touristiques et le positionnement</li> <li>• Mobiliser les membres de la communauté, en particulier les jeunes et les femmes, afin qu'ils prennent davantage conscience que leur territoire est leur avenir</li> </ul>
<p><b>1.2</b> Valoriser les synergies entre tourisme solidaire et commerce équitable</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place et valoriser des filières de productions artisanales et agricoles, locales en particulier dans le champ du commerce équitable, pour lesquelles le tourisme responsable représente un débouché essentiel</li> </ul>

### 2. Les autorités territoriales ne sont pas toujours impliquées dans les programmes de tourisme solidaire et responsable

Actions	Mise en oeuvre
<p><b>2.1</b> Inclure le tourisme solidaire dans les plans, programmes et projets de <i>développement local durable</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclure le tourisme solidaire dans les programmes de développement local dans le respect de l'autonomie de la société civile et des initiatives locales</li> <li>• Veiller à ce que les acteurs du tourisme solidaire s'impliquent dans un système de développement territorial et de décentralisation</li> </ul>
<p><b>2.3</b> Utiliser la <i>coopération décentralisée</i> pour améliorer les produits de tourisme solidaire et connecter les territoires entre eux</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser les collectivités locales sur le thème du tourisme responsable dans le cadre d'actions de coopération entre collectivités (coopération décentralisée)</li> <li>• Organiser des réseaux nationaux et régionaux d'autorités locales concernées par le thème du tourisme solidaire et responsable</li> <li>• Organiser un réseau international des autorités locales</li> </ul>
<p><b>2.4</b> Favoriser l'organisation de séminaires et d'ateliers incluant un volet tourisme solidaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser, à l'initiative des collectivités territoriales, des séminaires, rencontres et ateliers pratiques ouverts au public ainsi qu'aux professionnels du tourisme</li> </ul>
<p><b>2.5</b> Organiser des échanges entre représentants des collectivités locales dans le cadre d'actions de coopération décentralisée</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Systématiser la démarche de la coopération décentralisée entre collectivités</li> <li>• Favoriser les échanges entre collectivités à l'occasion de foires, salons, forums</li> </ul>

## Objectif 2. Renforcer et structurer les réseaux du tourisme solidaire et responsable

### 1. Les acteurs concernés par le tourisme solidaire et par son ancrage dans les territoires ne se connaissent pas suffisamment

Actions	Mise en oeuvre
<b>1.1</b> Réaliser un <i>répertoire des acteurs</i> identifiés par région et/ou par pays	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier les porteurs de projets, les ONGs qui les appuient, les gouvernements locaux intéressés, les projets de développement nationaux ou internationaux, les administrations de l'Etat concernées par le thème (Tourisme, Agriculture, Environnement)</li> </ul>
<b>1.2</b> Identifier les <i>réseaux existants</i> et les mettre en synergie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réaliser un travail d'identification des réseaux déjà existants, par région ou pays</li> <li>Favoriser les rencontres entre les réseaux, par exemple à l'occasion d'une rencontre nationale déjà existante (foire, salon, séminaire) ou à partir d'une initiative d'une organisation qui mobilise l'Administration, les coopérations bilatérales et multilatérales</li> </ul>
<b>1.3</b> Initier des <i>rencontres régionales ou nationales</i> du tourisme solidaire et du développement durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser, à l'initiative d'un acteur ou d'un groupe d'acteurs, une rencontre régionale et/ou nationale ayant pour but une meilleure connaissance mutuelle, le renforcement d'un réseau existant ou l'articulation entre divers réseaux (cas du Mexique).</li> <li>Proposer à des institutions susceptibles de financer (fondations, ambassades, gouvernements locaux, ministères) d'appuyer ces rencontres régionales ou nationales</li> </ul>

### 2. Dans de nombreux pays le réseau national du tourisme solidaire n'existe pas encore et s'il existe il a besoin d'être renforcé

Actions	Mise en oeuvre
<b>2.1</b> Encourager la création d'un <i>réseau national</i> du tourisme solidaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser une rencontre nationale, à partir d'un premier inventaire des acteurs concernés, destinée à leur permettre de se rencontrer et d'échanger</li> <li>Rechercher localement des moyens financiers auprès des fondations, des gouvernements locaux, des ambassades, entreprises et l'ensemble du secteur privé pour financer le fonctionnement du réseau</li> </ul>
<b>2.2</b> Faciliter la mise en place d'une <i>structure d'animation</i> de chaque réseau, à coût minimum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solliciter les bailleurs de fonds (agences de coopération, fondations, mécènes) pour qu'ils s'engagent sur plusieurs années</li> <li>Rechercher des appuis autres que financiers (mise à disposition de locaux, mise à disposition de personnel etc.) auprès des partenaires les plus solides du réseau, par exemple les structures de l'économie sociale (unions de coopératives etc.)</li> <li>Mettre ces moyens, matériels, financiers et humains à la disposition des réseaux nationaux émergents</li> <li>Mobiliser chaque fois que possible des stagiaires en provenance du nord (réseau des universités intéressées par le thème) en appui bénévole à ces cellules d'animation</li> </ul>
<b>2.3</b> Incorporer ces réseaux dans le <i>réseau mondial</i> en construction, par l'intermédiaire de leur « tête de réseau »	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser une rencontre annuelle des têtes de réseau, sur financement international, en alternance avec le FITS</li> </ul>

<b>2.4</b> Organiser un programme de <i>rencontres régionales</i> , par continent en alternance avec le FITS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chercher à réaliser une rencontre tous les 2 ans et par continent (Amérique latine, Europe, Asie, Afrique, Bassin méditerranéen) pour faciliter le renforcement de chaque réseau national tout en permettant qu'émergent des réseaux continentaux</li> <li>• Désigner une organisation par continent, responsable de la mise en place de ces rencontres (organisation et recherche des financements)</li> </ul>
--	--

### 3. Les réseaux géographiques et thématiques qui se mettent en place doivent être renforcés

Actions	Mise en oeuvre
<b>3.1</b> Etablir une <i>cartographie précise</i> de ces réseaux, encore trop isolés les uns des autres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre à profit des rencontres comme le FITS, pour faire un point sur ces réseaux géographiques (ex. Amazonie, Sahara, Bassin méditerranéen etc.) et thématiques (pescatourisme, tourisme solidaire en milieu urbain, tourisme avec les migrants), leur structuration, leurs problèmes, leurs perspectives</li> </ul>
<b>3.2</b> Trouver des <i>modalités d'articulation</i> de ces réseaux géographiques avec les réseaux nationaux et les réseaux continentaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider au repérage de nouvelles initiatives et à la capitalisation des expériences existantes</li> <li>• Mettre à plat l'information, la diffuser et faciliter la communication entre ces réseaux</li> </ul>

### 4. Il n'existe pas suffisamment de relations entre les réseaux existants de tourisme solidaire et responsable

Actions	Mise en oeuvre
<b>4.1</b> Poursuivre l' <i>organisation d'un FITS</i> à intervalles réguliers, afin de faciliter l'émergence du réseau global	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivre la réalisation des FITS, lieu privilégié d'échanges en vue du renforcement du réseau mondial</li> <li>• Organiser un forum tous les 2 ans. Le prochain FITS devrait avoir lieu en Afrique, en 2008, après l'Europe en 2003 et l'Amérique latine en 2006</li> <li>• Les communautés autochtones doivent être intégrées dans l'organisation au niveau du pays d'accueil du prochain FITS</li> </ul>
<b>4.2</b> Renforcer l' <i>articulation et l'interconnexion</i> entre les réseaux de tourisme solidaire existants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Associer des partenaires disposant déjà d'une légitimité et d'une antériorité sur le thème, eux-mêmes animateurs de réseaux</li> <li>• Mobiliser la coopération internationale pour qu'elle continue à travailler de façon coordonnée avec les réseaux et qu'elle finance des rencontres régulières</li> </ul>
<b>4.3</b> Mettre en place un <i>dispositif de suivi évaluation</i> de la mise en oeuvre du Plan International d'Action	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suivre la réalisation concrète des engagements partenariaux pris lors du FITS de Tuxtla-Gutierrez</li> <li>• Evaluer le degré de réalisation des engagements lors du 3<sup>e</sup> FITS en Afrique et lors des rencontres régionales intermédiaires prévues (Afrique, Amérique latine, Méditerranée, Asie)</li> </ul>

## Objectif 3 . Sensibiliser et éduquer sur le tourisme solidaire et responsable

### 1. Les citoyens consommateurs ne sont pas assez sensibilisés sur le thème du tourisme solidaire et responsable

Actions	Mise en œuvre
<b>1.1</b> Identifier <i>les acteurs</i> les plus compétents sur le thème, dans le pays	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un répertoire national des organisations pouvant mener des actions d'information</li> <li>• Diffuser le répertoire</li> </ul>
<b>1.2</b> Sensibiliser <i>le grand public</i> à l'occasion d'évènements du tourisme classique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participer aux grands évènements du tourisme classique (salons, foires, etc.) et utiliser les outils habituels de diffusion (guides touristiques) pour parvenir à toucher le grand public</li> </ul>
<b>1.3</b> Capitaliser et diffuser <i>l'information</i> sur les expériences de campagnes nationales de sensibilisation et d'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place des groupes de travail ad hoc sur le thème de l'éducation au développement</li> <li>• Diffuser l'information par Internet et par le biais de documents écrits</li> <li>• Organiser un séminaire-atelier de formation sur le thème (aspects méthodes en particulier)</li> </ul>
<b>1.4</b> Organiser des <i>campagnes nationales</i> dans le plus grand nombre de pays possible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inciter de grandes ONGs disposant à la fois d'une infrastructure importante et de réseaux militants à prendre ce genre d'initiative</li> <li>• Mobiliser les pouvoirs publics et les gouvernements locaux intéressés par le thème pour participer au cofinancement de ces campagnes</li> </ul>

### 2. Les organisations de la société civile, les institutions et le secteur privé ne sont pas assez impliqués

Actions	Mise en œuvre
<b>2.1</b> Entreprendre des <i>actions ciblées</i> d'information auprès des grandes organisations qui peuvent aisément relayer l'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer et mobiliser les organisations susceptibles d'être intéressées</li> <li>• Motiver les responsables en les invitant à participer aux grands évènements du tourisme solidaire et à des visites de projets sur le terrain</li> </ul>
<b>2.2</b> Mobiliser conjointement des <i>gouvernements locaux</i> du nord et du sud sur des actions de coopération décentralisée en tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser toutes les formes possibles d'expérimentation de « <i>partenariat territorial</i> » entre gouvernements locaux du nord et gouvernements locaux du sud</li> <li>• Développer, de manière concomitante, des projets de tourisme solidaire et de commerce équitable dans le cadre de démarches de développement local durable</li> <li>• Associer, sous la tutelle des gouvernements locaux, les partenaires techniques du secteur touristique du nord et du sud (offices de tourisme, fédérations de professionnels, structures de formation touristique, chambres de commerce, services techniques communaux etc.)</li> </ul>
<b>2.3</b> Identifier les <i>formations</i> et les enseignants concernés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un repérage des formations les plus aptes à souscrire à la démarche du tourisme solidaire</li> <li>• Identifier dans ces formations, les enseignants les plus ouverts et les contacter</li> </ul>

### 3. Les médias ne sont pas assez mobilisés sur le sujet

Actions	Mise en oeuvre
<b>3.1</b> Réaliser pour chaque pays, un <i>répertoire des médias</i> les plus sensibilisés sur le sujet (tourisme durable, environnement)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Démarrer avec des organisations qui ont déjà un fichier national</li> <li>• Trouver un correspondant par pays, chargé d'élaborer le répertoire</li> <li>• Mettre les répertoires en commun</li> <li>• Démarrer avec quelques pays</li> <li>• Diffuser de manière systématique, via Internet, les grands événements dans tout le réseau</li> </ul>
<b>3.2.</b> Favoriser <i>l'organisation d'éducteurs</i> associant divers médias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre à profit la réalisation d'événements importants pour le thème, comme le FITS, pour sensibiliser les médias au sujet en organisant des visites des expériences les plus significatives</li> </ul>
<b>3.3</b> Mettre à profit <i>les campagnes d'information</i> , par exemple sur le commerce équitable, pour parler du sujet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser les médias pour qu'ils diffusent des informations très pratiques à l'occasion des campagnes nationales</li> </ul>
<b>3.4</b> Mettre en place des <i>fonds de mobilisation</i> des médias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etudier la faisabilité de constituer un fonds national permettant, entre autres, de cofinancer des visites de projets pour les journalistes</li> <li>• Etudier la possibilité de constituer le fond par un apport de l'association des journalistes de tourisme lorsque cette association existe (cas de la France) et par un bailleur extérieur (ministère, fondation, mécénat)</li> </ul>

### 4. Les outils pédagogiques ne sont pas suffisamment disponibles dans le grand public

Actions	Mise en oeuvre
<b>4.1</b> Elaborer des <i>outils pédagogiques</i> adaptés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concevoir et produire des outils pédagogiques spécifiques au thème du tourisme solidaire et responsable (ex. initiative franco-italienne de production d'un cdrom)</li> <li>• Adapter ces outils aux divers contextes et les traduire dans les principales langues</li> </ul>
<b>4.2.</b> Mettre ces <i>outils</i> à disposition des structures susceptibles de les utiliser	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffuser ces outils de manière systématique sous forme de DVD aux médias pour qu'ils s'en servent lors des campagnes</li> <li>• Diffuser également aux ONGs, aux structures éducatives, aux collectivités locales, aux administrations, aux organisations de consommateurs pour leur propre usage.</li> <li>• Solliciter les administrations nationales (ministères du tourisme, environnement) et les organisations internationales compétentes pour aider à la diffusion de ces outils</li> </ul>
<b>4.3</b> Proposer <i>l'organisation</i> de conférences, cours, séminaires, ateliers, stages	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Introduire le thème du tourisme solidaire et responsable dans les séminaires nationaux et internationaux sur le tourisme</li> <li>• Faire circuler des propositions de stages pour des étudiants, en appui à des organisations de base</li> <li>• Mobiliser les collectivités territoriales dans le financement de ces stages, en direct ou par le biais de projets de coopération décentralisée</li> </ul>

## Objectif 4 . Faciliter l'accès aux services d'appui

### 1. Les bonnes pratiques à la base ne se diffusent pas suffisamment

Actions	Mise en oeuvre
<b>1.1</b> Mettre en place un <i>dispositif d'échanges de bonnes pratiques</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organiser un dispositif international dans lequel chaque organisation qui a une expertise à offrir et de bonnes pratiques à faire connaître, se propose d'accueillir un ou plusieurs « stagiaire invité » en provenance d'une autre organisation pour une durée déterminée, à charge de réciprocité</li> <li>• Elaborer un projet d'échanges internationaux selon ce principe de solidarité et de réciprocité et rechercher les financements correspondants (fondations, mécénat d'entreprises citoyennes) pour financer les voyages, chaque organisation membre prenant en charge les coûts locaux (hébergement, nourriture)</li> </ul>

### 2. Il y a une méconnaissance des possibilités existantes et un manque d'accès aux formations

Actions	Mise en oeuvre
<b>2.1</b> Elaborer un <i>répertoire international des formations universitaires</i> en tourisme responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre à profit les différentes rencontres FITS pour désigner un correspondant par pays pour l'identification ces formations</li> <li>• Trouver des solutions locales peu coûteuses pour la traduction du répertoire en différentes langues</li> <li>• Mettre l'information en ligne sur les principaux sites du tourisme solidaire</li> </ul>
<b>2.2</b> <i>Faire connaître le répertoire aux agences de coopération</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre le répertoire disponible aussi bien pour les futurs étudiants que pour les agences de coopération, les ambassades ou les fondations</li> </ul>
<b>2.3</b> Faciliter l'accès de participants des pays en développement aux formations existantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer aux agences de coopération, aux services des ambassades et aux fondations de privilégier ces formations pour l'octroi de leurs bourses de formation à l'étranger</li> </ul>
<b>2.4</b> Développer les <i>expertises croisées</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser, selon le même principe, une identification de l'expertise de base disponible dans chaque pays sur le thème du tourisme solidaire et responsable</li> <li>• Mobiliser cette expertise dans un contexte de réciprocité entre les entreprises et organisations de base du tourisme solidaire</li> </ul>

### 3. Les organisations impliquées dans l'appui au développement ne disposent pas toujours de l'expertise nécessaire sur le thème

Actions	Mise en oeuvre
<b>3.1</b> Organiser par région ou pays, des <i>sessions de formation</i> sur le thème du tourisme solidaire et responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifier les organisations capables d'organiser ce type de formation, sous forme de séminaires ateliers ouverts à tous les acteurs intéressés</li> <li>• Les impliquer dans la mise en place de ces séminaires ateliers qui pourraient être organisés dans les différentes villes à tour de rôle afin de partager les coûts</li> </ul>
<b>3.2</b> Diffuser des <i>guides méthodologiques</i> pour faciliter la réalisation des projets de tourisme solidaire et responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître, diffuser et valoriser les guides existants, tels que les guides du projet Redturs du BIT</li> <li>• Rechercher auprès des agences de coopération et de développement des financements pour traduire et publier ces guides dans les principales langues</li> </ul>

### 4. L'information sur les technologies appropriées n'est pas accessible pour une bonne partie des acteurs locaux

Actions	Mise en oeuvre
<b>4.1</b> Mettre <i>l'information technique</i> à la disposition des acteurs de terrain	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inventorier les fiches pratiques et les manuels simples qui existent déjà sur des sujets tels que l'utilisation des énergies renouvelables, les techniques d'assainissement écologiques, la construction en matériaux locaux, la production agricole biologique etc.</li> <li>• Organiser la rédaction des fiches manquantes par les organisations qui ont la meilleure expertise sur le sujet</li> <li>• Faire traduire ces fiches et manuels en partenariat entre diverses organisations concernées par le secteur</li> <li>• Diffuser ces fiches sous diverses formes (papier et numérique)</li> </ul>

### 5. La formation à la création et à la gestion des micro entreprises touristiques est largement insuffisante

Actions	Mise en oeuvre
<b>5.1</b> Mettre en place des <i>formations à la création et à la gestion de micro entreprises touristiques</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendre plus faciles d'accès les formations existantes (marketing, business plan, communication, comptabilité, gestion, accueil, conception des produits), ce qui implique de diffuser davantage l'information et d'abaisser les coûts</li> </ul>
<b>5.2</b> Mettre en place des <i>formations de formateurs</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer à l'administration (par ex. ministères du tourisme, fédération des parcs nationaux etc.) l'organisation d'un programme national ou régional de formation de formateurs susceptibles de relayer la formation auprès des acteurs locaux, régionaux et nationaux</li> </ul>

## 6. L'offre de services d'appui est mal connue et il n'y a pas de contrôle de la qualité

Actions	Mise en œuvre
<b>6.1</b> Etablir une <i>base de données</i> sur l'offre internationale en matière de services d'appui	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en place un répertoire international des expertises disponibles par langue et zone géographique</li> <li>• Maintenir cette base de données à jour</li> </ul>
<b>6.2</b> Viser, à terme, à pouvoir garantir la <i>qualité de l'offre</i> de services d'appui	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer la façon de mesurer la qualité de cette offre d'expertise, par exemple, travailler à l'identification et à l'analyse des besoins, organiser des remontées depuis le terrain</li> </ul>

## Objectif 5 . Faciliter l'accès aux financements publics et/ou privés

### 1. Les fonds de coopération internationale doivent pouvoir financer des projets de développement touristique à la base

Actions	Mise en œuvre
<b>1.1</b> Accélérer l'abondement du <i>fonds international</i> créé à l'OMT pour financer des projets de tourisme solidaire et responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inciter les gouvernements nationaux, par la mobilisation internationale, à abonder le fonds et ceci dans les meilleurs délais</li> </ul>
<b>1.2</b> Inciter les responsables du fonds à préciser les <i>critères d'attribution</i> et à mettre en place un suivi précis des projets financés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veiller à ce que ce fonds serve en priorité à financer des projets intégrés de développement touristique durable au bénéfice direct des populations locales. Le risque de voir ce fonds majoritairement consommé par les bureaux d'étude du nord est réel</li> <li>• Prévoir des modalités de contrôle et un dispositif régulier de suivi évaluation sur la base de la satisfaction à des critères précis</li> </ul>
<b>1.3</b> Inciter les <i>agences de coopération</i> et de développement à concrétiser leur appui au tourisme durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inciter les agences, qui se réunissent depuis 2002 pour travailler à la convergence de leurs politiques d'appui au tourisme durable, à concrétiser leur appui financier à des programmes d'intérêt mutuel, bi ou trilatéraux</li> </ul>
<b>1.4</b> Inciter les agences de coopération et de développement à soutenir des <i>micro-projets</i> de tourisme solidaire au sein de programmes régionaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les expériences de soutien à des microprojets. Exemple : action de l'Ambassade de France en Bolivie</li> <li>• Diffuser les résultats de ces expériences</li> <li>• Amener davantage de moyens financiers vers les programmes déjà en cours, comme le programme de PRAIA en Amazonie</li> </ul>

## 2. Les organisations de base ont peu souvent accès aux micro financements

Actions	Mise en œuvre
<b>2.1</b> Sensibiliser les <i>organisations de microfinance</i> à la thématique du tourisme solidaire et responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser une conférence sur le sujet avec les acteurs du microfinancement pour les inciter à faciliter l'accès au crédit pour les groupes qui se lancent dans ce type de projet</li> </ul>
<b>2.2</b> Harmoniser les approches entre les acteurs de l'économie solidaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organiser des rencontres entre les acteurs de l'économie solidaire (tourisme responsable, commerce équitable, micro financements etc.)</li> </ul>

## 3. Les investissements privés éthiques sont trop rarement dirigés vers le tourisme solidaire et responsable

Actions	Mise en œuvre
<b>3.1</b> Mobiliser les <i>fonds privés socialement responsables</i> pour les investissements productifs de base	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier les fonds éthiques susceptibles de s'intéresser à des projets d'investissements productifs dans le domaine du tourisme solidaire</li> <li>Réaliser un travail d'information et de lobbying auprès de ces fonds pour les impliquer</li> </ul>
<b>3.2</b> Expérimenter de nouvelles formes de <i>financements solidaires</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborer et mettre en place des projets pilotes de mobilisation de fonds en provenance des voyageurs solidaires</li> </ul>
<b>3.3</b> Capitaliser et diffuser des <i>expériences de mobilisation de financements</i> venus des migrants	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifier et capitaliser les expériences existantes, comme celle de Migrations &amp; Développement au Maroc</li> <li>Les diffuser sur les réseaux existants</li> <li>Expérimenter des démarches similaires dans d'autres contextes</li> <li>Développer les échanges entre ces diverses expérimentations</li> </ul>

## 4. Les financements publics, en particulier en provenance des ministères techniques (tourisme, agriculture, environnement) sont trop rares et trop faibles

Actions	Mise en œuvre
<b>4.1</b> Mobiliser les <i>financements publics</i> pour les infrastructures de base	<ul style="list-style-type: none"> <li>Convaincre les pouvoirs publics de financer les infrastructures indispensables au développement d'une activité touristique (pistes d'accès, électricité, eau potable, assainissement, etc.), là où ces infrastructures font encore défaut</li> <li>Cofinancer ces infrastructures dans le cadre de « Plans concertés de développement du tourisme communautaire » impliquant les divers acteurs locaux : gouvernements locaux, ONGs, organisations économiques</li> </ul>
<b>4.2</b> Inciter les agences de coopération et de développement à concrétiser leur appui au tourisme durable	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inciter les agences, qui se réunissent depuis 2002 pour travailler à la convergence de leurs politiques d'appui au tourisme durable, à concrétiser leur appui financier à des programmes d'intérêt mutuel, bi ou trilatéraux</li> </ul>
<b>4.3</b> Inciter les agences de coopération et de développement à soutenir des micro-projets de tourisme au sein de programmes régionaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître les expériences de soutien à des microprojets.</li> <li>Diffuser les résultats de ces expériences</li> <li>Amener davantage de moyens financiers vers les programmes en cours</li> </ul>

## 5. Il y a une méconnaissance des typologies de financement et des outils méthodologiques

Actions	Mise en oeuvre
5.1 Créer un <i>outil de veille/recensement des guichets de financement</i> et des lignes budgétaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trouver une organisation volontaire pour prendre en charge cette fonction</li> <li>• L'aider à créer le dispositif de veille</li> <li>• Créer des outils méthodologiques sur les guichets de financement et les lignes budgétaires</li> </ul>
5.2 Mettre au point des <i>formations</i> sur les guichets de financement et les lignes budgétaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser certaines structures de formation afin qu'elles prennent davantage en compte la dimension financement</li> </ul>

## Objectif 6 : Renforcer la commercialisation pour améliorer la rentabilité

### 1. Le manque d'informations sur les caractéristiques des marchés émetteurs de voyageurs et les attentes des touristes, pénalise les organisations réceptrices

Actions	Mise en oeuvre
1.1 Réaliser des <i>études spécifiques de marché</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser des financements pour la réalisation de ces études</li> </ul>
1.2 Permettre aux organisations et consommateurs d'avoir <i>accès à l'information</i> actuellement disponible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffuser ces informations sous forme numérique en particulier par le biais des réseaux nationaux</li> <li>• Relayer les informations sous format papier, par les réseaux nationaux, pour tous les groupes de base qui n'ont pas encore accès à Internet</li> </ul>

### 2. Les organisations n'ont pas les moyens techniques, financiers et informatiques pour produire des supports de communication adaptés

Actions	Mise en oeuvre
2.1 Apporter un soutien à ces organisations pour la conception et la production de leurs <i>supports d'information</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser des compétences pour produire ces supports en différentes langues</li> </ul>

<b>2.2</b> Développer l'information à partir de <i>guides spécialisés</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les guides spécifiques qui commencent à être publiés</li> <li>• Inciter les guides de voyage à tester les produits du tourisme solidaire</li> <li>• Viser à l'établissement d'accords entre maisons d'édition de divers pays pour la publication et la diffusion simultanée des guides dans les principales langues</li> </ul>
<b>2.3</b> Aider les organisations du sud à disposer d'un <i>outil Internet</i> pour communiquer et commercialiser leurs produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre l'accent dans le financement des micro projets sur l'équipement informatique partout où cela est techniquement possible</li> <li>• Former des représentants des groupes de base à l'utilisation de l'informatique</li> <li>• Appuyer et relayer des initiatives comme celle de la CNUCED concernant le e-commerce</li> </ul>
<b>2.4</b> Aider les entreprises communautaires et organisations du sud à disposer de l'outil Internet pour communiquer au sein des réseaux et commercialiser leurs produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en relation des tours opérateurs locaux avec les entreprises et les organisations de base</li> <li>• Appuyer les entreprises et organisations dans le travail d'information et de mobilisation des tours opérateurs</li> </ul>
<b>2.5</b> Favoriser la mobilité de tous les acteurs pour participer aux salons et aux foires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser des moyens pour faciliter les déplacements, en particulier en provenance des collectivités territoriales</li> </ul>

### 3. L'information concernant les destinations et les produits touristiques n'est pas assez développée

Actions	Mise en œuvre
<b>3.1</b> Créer un <i>portail Internet</i> pour le Tourisme solidaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réaliser un recensement par continent de tous les sites connus</li> <li>• Mettre en place un groupe de travail pour évaluer les synergies possibles</li> </ul>
<b>3.2</b> Aider les organisations solidaires et les organisations du Sud à diffuser l'information	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aider les organisations des pays en développement à financer la création d'outils de diffusion de l'information sur leurs destinations</li> </ul>
<b>3.3</b> Rendre l'information Internet sur les destinations plus facilement accessible pour les clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Favoriser la mise en place d'une plateforme Internet d'information et de vente commune pour les diverses organisations d'un même réseau</li> <li>• Etudier la faisabilité de mise en place de structures de commercialisation communes</li> <li>• Traduire l'information disponible dans d'autres langues</li> </ul>
<b>3.4</b> Favoriser l'implication des <i>administrations</i> dans la diffusion de l'information des pays d'accueil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux informer les administrations, en particulier les ministères du tourisme, sur ce qui existe dans le pays en matière de tourisme solidaire</li> <li>• Les amener à s'impliquer dans la diffusion de l'information (foires nationales, salons du tourisme et de l'artisanat etc.)</li> </ul>

### 4. Les possibilités de commercialiser qu'offrent les agences du tourisme conventionnel ne sont pas assez explorées

Actions	Mise en oeuvre
<b>4.1</b> Etudier les conditions d'amélioration de <i>la rentabilité</i> pour les communautés de base qui se lancent dans un projet de tourisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux prendre en compte les différentes caractéristiques de rentabilité pour les communautés</li> </ul>

<b>4.2</b> Informer et mobiliser les <i>réseaux traditionnels</i> de distribution	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer les voyageurs, les grossistes et les détaillants des pays développés, comme les agences réceptives des pays en développement sur les perspectives nouvelles qu'offre le tourisme solidaire et responsable</li> <li>• Développer, au départ à titre expérimental, des ententes de partenariat avec certains acteurs conscients et ouverts aux dynamiques solidaires</li> </ul>
<b>4.3</b> Etablir des liens et des synergies entre le tourisme conventionnel et le tourisme solidaire et responsable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclure les voyageurs dans tous les événements relatifs au tourisme solidaire</li> <li>• Créer des liens entre l'offre et la demande</li> <li>• Approfondir les synergies et la connaissance entre les acteurs</li> </ul>
<b>4.4</b> Favoriser les échanges commerciaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir des espaces d'échanges commerciaux durant les événements liés au tourisme solidaire</li> </ul>

## Objectif 7. Evaluer, capitaliser et mesurer les impacts

### 1. Les méthodes d'évaluation ne sont pas adaptées

Actions	Mise en œuvre
<b>1.1</b> Revoir les <i>méthodes existantes</i> et élaborer des méthodes adaptées d'évaluation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliser les méthodes existantes comme moyen d'auto-évaluation des impacts sociaux, économiques, environnementaux, culturels du tourisme solidaire sur le territoire et sa population afin d'améliorer la qualité des produits</li> </ul>
<b>1.2</b> Expérimenter et diffuser ces méthodes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expérimenter cet outillage de manière concertée en un certain nombre de contextes</li> <li>• Partager l'information sur les méthodes et les résultats entre les différentes régions</li> <li>• Systématiser la démarche, formaliser les outils et les diffuser, par exemple sous la forme de séminaires ateliers à l'occasion des grandes rencontres internationales</li> </ul>

### 2. Les organisations sont peu sensibilisées et peu formées aux méthodes d'évaluation et de mesure des impacts

Actions	Mise en œuvre
<b>2.1</b> Fournir un <i>appui technique</i> aux organisations et entreprises de base	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer l'appui technique et la formation ciblée auprès des communautés</li> </ul>
<b>2.2</b> Mettre l'accent sur les <i>méthodes de suivi et d'auto évaluation</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permettre aux entreprises et organisations de base d'être directement acteurs dans les processus de suivi de leurs propres projets et d'évaluation en continu</li> </ul>

### 3. La capitalisation sur les bonnes pratiques n'est pas assez développée

Actions	Mise en oeuvre
<b>3.1</b> Identifier les <i>expériences réussies</i> les plus significatives par zone géographique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valoriser les expériences réussies sur les divers continents</li> <li>• Constituer un Comité d'expériences réussies pour sélectionner, sur la base de documents et de visites de terrain, les expériences les plus significatives</li> </ul>
<b>3.2</b> Réaliser la <i>capitalisation</i> de ces expériences réussies	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser, évaluer les conditions de réussite aussi bien que les échecs</li> <li>• Identifier les contraintes et les besoins spécifiques des expériences</li> </ul>
<b>3.3</b> Mettre en place des <i>outils d'accompagnement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En fonction des contraintes et des besoins, déterminer le type d'outil nécessaire</li> <li>• Réaliser ces outils (modules de formation, systèmes d'information, transferts de savoir faire, répertoire des sources de financement etc.)</li> <li>• Imaginer des systèmes de cofinancement de l'utilisation de ces outils</li> </ul>
<b>3.4</b> Réaliser des <i>produits multimédia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliser des financements diversifiés pour permettre de réaliser cette action</li> </ul>

### 4. Il n'existe pas, à l'heure actuelle, de démarche qualité spécifique pour le tourisme équitable

Actions	Mise en oeuvre
<b>4.1</b> Créer une <i>démarche qualité</i> pour le tourisme solidaire équitable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parvenir à une définition claire, univoque, adoptée par la majorité, de ce qu'est le tourisme solidaire, responsable et équitable</li> <li>• Elaborer et appliquer des indicateurs qui prennent en compte les intérêts de la communauté et la satisfaction des visiteurs</li> </ul>