

Tourisme durable, tourisme responsable ?

Dans le cadre de l'année 2017, année du tourisme responsable, l'association Tourism for Help, qui œuvre depuis plus de dix ans au développement d'un autre tourisme, a choisi de donner sa définition d'un concept prometteur et encore à ses balbutiements : le tourisme responsable.

Le touriste c'est celui qui, littéralement, fait un tour, que ce soit dans un lieu, une ville, un pays.

Dans la conception la plus courante, celle dont nous avons tous plus ou moins fait l'expérience, le touriste programme ses vacances, achète ses billets de transport, réserve un hôtel, prend un guide et va voir les sites dits touristiques, c'est-à-dire, dignes d'intérêts, et déjeune dans les restaurants recommandés.

Ainsi le touriste c'est avant tout l'observateur, parfois le voyeur sans gêne ; celui qui n'est pas là pour longtemps, mais avant tout pour se divertir et se changer les idées. Souvent le touriste rapporte des choses : des photos, des souvenirs, une autre vision du monde, des réflexions philosophiques.

Mais si le touriste demande beaucoup il ne partage souvent rien. Les problèmes environnementaux, des écosystèmes perturbés et des lieux artificialisés, sont souvent les seuls signes de son passage.

C'est pour cela que dans un contexte de changement climatique et de l'accroissement des inégalités entre les pays il est urgent de repenser le tourisme, d'en chercher d'autres définitions et de modifier celles qui existent afin de faire du tourisme un instrument de partages et de rencontres plus éthiques et plus responsables.

Pour commencer, il est nécessaire de définir un tourisme responsable.

Selon Isabelle Lanfranconi-Lejeune fondatrice et vice-présidente de l'association Tourism for Help, un tourisme responsable c'est « un tourisme engagé dans cette activité de façon consciente de son empreinte, de son impact au niveau social, environnemental et économique ».

Le touriste responsable cherche donc une compréhension des multiples impacts environnementaux, sociaux et économiques qu'engendre sa présence, et il agit en conséquence pour en minimiser les impacts négatifs et accroître les effets positifs. Dans sa démarche action et moralité vont de pair. Il est amené dans son activité de tourisme à une réflexion sur l'impact de son action, et comprend que celle-ci doit toujours se concevoir dans ses effets sur ce qui l'environne. Selon Alberto Rotundo, chargé de projets, « dans le tourisme

classique, c'est le lieu qui doit s'adapter au touriste, dans le tourisme responsable, c'est exactement le contraire. »

Pour cette raison on peut définir le touriste responsable comme celui qui accepte de sortir de sa zone de confort. Dès lors qu'il perçoit les impacts positifs ou négatifs que peuvent avoir son action sur le milieu qui l'entoure il adaptera son action en fonction, même si cela doit impacter sur son confort, compris comme les commodités lui procurant du bien-être. Ce bien-être relève non seulement du physique, mais aussi du sentiment de plaisir que peut procurer une expérience qu'il souhaite accomplir.

Par exemple, si l'on prend le tourisme dans sa dimension alimentaire, je choisis de ne pas manger d'une espèce menacée comme la baleine, même si c'est atypique. Cela va contre un « confort », dans une acception large, qui comporte le goût pour l'exotique, la nouveauté. Ou encore, je réduis mon confort compris comme facilité en refusant d'accepter n'importe quelle prestation avantageuse sans en mesurer les impacts environnementaux et économiques, et je m'astreins à choisir un hôtel qui valorise l'économie locale et qui est plus respectueux pour l'environnement. Cela peut par ailleurs développer une autre forme de confort, compris de façon morale.

Toujours pour citer Isabelle Lanfranconi-Lejeune : « Ce tourisme se distingue des autres car à l'avenir, il ne pourra se réaliser autrement pour que l'impact du tourisme se déroule de manière, juste et pérenne pour tous les acteurs concernés ».

Ce tourisme se distingue ce faisant d'un tourisme traditionnel fondé sur la détente dans le présent : se divertir et repartir. Il envisage au contraire les conséquences de son action sur le long terme. En cela il est beaucoup plus proche des conceptions de Hans Jonas et du courant du développement durable. Ces conceptions rapprochent le besoin des individus de s'inscrire dans la durée et la moralité. En effet, dans ces perspectives, l'aboutissement de la moralité serait d'intégrer le long terme de ce qui n'existe pas encore, c'est-à-dire celui des générations futures. Pour notre part, il nous semble que toute la difficulté est d'arriver à concevoir chacune de nos actions non plus réduites à elle-même, mais comprise dans sa durée. La difficulté de cette conception est d'autant plus flagrante dans le cas du tourisme dans la mesure où la temporalité du touriste est le présent. Le touriste est avant tout dans la satisfaction immédiate. Dès lors, il semble antithétique de pouvoir lui faire prendre en compte le bien-être dans sa dimension future, plus encore, pour un futur qu'il ne peut pas se représenter, qu'il ne vivra pas et qui plus est dans un lieu qui lui est étranger. Pourtant, selon nous, si le tourisme responsable fait ressortir cette difficulté, cela ne nous semble pas impossible qu'il la surmonte, ce serait même une des plus belles mises en pratique de cette théorie. Le tourisme responsable doit viser dans sa concrétisation à prendre en compte le bien-être des générations futures, signe du plus haut degré de moralité, alliant action et conscience : conscience de ce qui n'existe pas et action en conséquence.

On peut également relever que l'échange est une résultante du tourisme responsable. Si le touriste prend en compte son action d'un point de vue environnemental, social et économique, cela veut dire qu'il s'intéresse un minimum au pays ou aux lieux qu'il va voir, ainsi qu'aux

personnes qui y vivent. Pour citer Gézia Bouakkaz, secrétaire et chargée de communication, il faut souligner la dimension de respect qui accompagne toujours le tourisme responsable : « respect de la personne, du territoire et de la culture ». Plus encore, on peut dire qu'à partir de ce respect se met en place une véritable dimension de plaisir. Le touriste responsable nous dit Isabelle Lanfranchi-Lejeune « tire un plaisir qui l'épanouit également dans un partage équitable ».

Pour conclure ce travail de définition, on peut dire que notre conception du tourisme responsable est la suivante : un tourisme conscient qui vise une compréhension des multiples impacts environnementaux, sociaux et économiques qu'engendre sa présence, et agit en conséquence, c'est-à-dire accepte de sortir de sa zone de confort. Ce tourisme s'accompagne d'une dimension humaine basée sur le respect, l'échange, et d'une prise en considération du futur des populations autochtones et des lieux visités.

Dans un deuxième temps de notre réflexion, nous tenons, après avoir défini le tourisme responsable, à le distinguer d'autres conceptions.

Comme l'agriculture biologique qui s'est démultipliée en dénominations, labels, et appellations, laissant les consommateurs passablement désemparés, le tourisme a vu une floraison d'adjectifs ces dernières années. On parle du tourisme « équitable », ou encore du tourisme « solidaire », voire « durable » ou encore « altruiste ». Il nous faut donc nous positionner dans ce flot sémantique et dire pourquoi l'idée d'un tourisme « responsable » nous paraît la plus pertinente.

D'abord, le terme de responsable a une signification profonde de par son étymologie. Du latin *respondere*, est responsable celui qui littéralement est capable de donner une réponse. Etymologiquement, responsable veut dire être capable de répondre de quelque chose, et donc pouvons-nous dire, de ses actes. Toutefois celui qui répond de ses actes, en rend compte, en répond toujours à quelqu'un, quand bien même ce quelqu'un se réduirait à lui-même à travers le jugement qu'il porte sur lui-même. L'individu responsable c'est celui qui a conscience de ce qu'il fait et qui peut en rendre compte à d'autres. Ce faisant dès lors qu'il est capable d'expliquer ce qu'il fait, il responsabilise, c'est-à-dire qu'il rend les autres capables de répondre à leur tour, de et à. Prenons un cas concret. Les parents responsabilisent leurs enfants non pas par une interdiction aveugle, par exemple ne pas fumer, mais par une explication que ceux-ci pourront peut-être commencer par discuter, mais qui, si elle est admise, leur permettra à leur tour de justifier leur action devant d'autres. Dans le cas du tourisme responsable, le tourisme rend compte de son action et forme les individus sur place en les rendant autonomes et capables d'expliquer ce qu'ils font, pourquoi, et comment refaire par la suite.

Responsable, c'est donc là un mot fort et porteur de signification par rapport à notre objectif. Plus encore, c'est un mot très ancien. En cela, « responsable » est un mot qui nous paraît davantage pertinent que de nombreux mots plus contemporains utilisés sans travail définitionnel.

De plus, le tourisme responsable pose la question de l'action morale. Si être responsable c'est être capable de répondre de son action, alors cela implique également une prise de conscience allant avec une potentielle moralisation de l'individu, au point de devenir le moteur de son action. En cela nous partons d'un parti pris optimiste dans la capacité des individus à agir de façon morale. Nous pensons que le tourisme peut responsabiliser les individus et les amener à agir de façon morale non pas par la contrainte mais par conscience des effets de leur action. Par exemple, je choisis d'aller dans un hôtel qui répond à des critères du développement durable parce que j'ai conscience qu'il s'agit là de quelque chose de mieux d'un point de vue économique et environnemental pour le pays, même si je dois payer un peu plus cher, et non pas, je vais dans un hôtel qui répond à des critères du développement durable uniquement parce qu'il n'existe pas d'autres offres ou parce que c'est le moins cher.

Il nous faut, dans un dernier temps, concevoir comment répandre une conception du tourisme réaliste et respectueuse.

Le touriste n'est pas présent dans toutes les cultures, en cela, nous insistons sur le fait que nous distinguons le voyageur et le touriste. Le « touriste » est avant tout une conception européenne et occidentale nous dit Moez Beji, président de l'association, conception qui a réussi en quelques décennies à s'adresser à toutes les classes sociales en occident et qui tend à s'imposer dans le reste du monde, notamment dans les pays émergents, faisant du tourisme une très puissante industrie. Or concrètement, lorsque je suis en position de touriste je ne veux pas consacrer mon temps et mon argent à une mission humanitaire. Je ne suis pas là pour ça quand je voyage, et nous sommes conscients au sein de Tourism for Help que ne pas en tenir compte, c'est manquer l'objectif.

Toutefois, il est selon nous possible de montrer aux touristes qu'on peut allier utile et agréable en faisant des activités touristiques traditionnelles et typiques, mais conçues autrement. C'est même là toute la difficulté du tourisme responsable, satisfaire les attentes habituelles des touristes, mais le faire autrement.

Par exemple en montrant qu'un safari peut être respectueux des animaux, faisant voir moins mais mieux : encadré par des chercheurs et des spécialistes qui documentent les participants sur les modes de vie des animaux et sur les moyens de préserver de la nature. Lorsque l'argent que les touristes versent est directement réinvesti dans la protection de l'environnement on dépasse la temporalité immédiate. Néanmoins, c'est une priorité de garder une zone de confort minimale aussi bien pour le touriste, que pour les populations locales et la pérennité des écosystèmes.

Nous voulons nous défaire d'une vision courante considérant que le tourisme responsable, comme bon nombre d'actions « engagées », ne s'adresse qu'à un public déjà touché par des questions sociales et environnementales et que, contraignant, il ne pourra sortir de cette sphère. A l'appui de cette conception, on peut rapporter les propos de Sophie Parron, chargée de recherche de fonds : « le touriste responsable n'est pas forcément engagé pour une cause à titre individuel, il s'agit plus d'un sens de responsabilité collective, qui se traduit par l'adoption de comportements plus 'responsables'. »

Il ne nous paraît absolument pas utopiste de songer qu'il est possible de répandre une nouvelle conception du tourisme plus respectueuse, qui aille de paire avec une autre relation à l'Autre et au monde. Si donc le public engagé est un noyau, il est de notre ressort, et même de notre responsabilité morale, de communiquer aux gens nos façons de voir, de les traduire par des actions concrètes.

Par exemple, si on élargit la question sans la limiter au seul tourisme, on peut souligner le fait qu'il y a plus d'une décennie, il n'y avait pas de produits bio ou fairtrade dans les grands magasins. Un énorme travail a été fait pour démocratiser ces produits et montrer qu'il s'agit là d'un véritable enjeu de société. Bien sûr on peut fustiger le consommateur occidental qui se cantonne à acheter régulièrement son paquet de café fairtrade et se donne bonne conscience de cette façon sans songer plus loin. Mais, on peut aussi se dire façon réaliste que c'est déjà bien et que la priorité de la majorité des gens c'est avant tout leur quotidien avant l'engagement bénévole. Obtenir ainsi un financement qui va pouvoir être réutilisé en faisant participer les consommateurs à leur niveau d'une façon qui ne demande pas un effort de trop grand prix, c'est un biais intéressant.

Sans doute, faudra-t-il encore du temps pour que toutes bonnes agences de voyages aient dans ses offres ce type de services responsables et que cela entre dans nos mœurs. Nous sommes conscients que le point le plus important c'est de nous faire connaître et d'accroître notre communication. Il est possible de montrer qu'une autre conception du monde, une nouvelle philosophie de vie est possible et peut se traduire par le tourisme et que cela s'adresse directement à tous sans pour autant impliquer des sacrifices draconiens dans sa façon de voyager. Changer sa façon de voir, c'est transformer radicalement une chose sans la transformer du tout. C'est donc pour cela que les missions de Tourism for Help sont d'informer et de former.

A cet égard, on peut revenir sur les propos de la fondatrice, Isabelle Lanfranconi-Lejeune : « Nous avons créé cette association car nous étions intimement convaincus que nous pouvions semer les petites pierres d'un édifice qui pourrait servir à rendre le tourisme porteur d'outils aptes à développer, former et partager réellement nos savoirs et nos moyens, financiers et techniques, dans l'optique d'une plus ou moins juste restitution envers les pays bénéficiaires. Il ne faut pas oublier que c'est généralement les pays les plus pauvres qui sont demandeurs du tourisme car ils souhaitent en tirer des devises, de l'emploi et un exemple d'émancipation. Pour cela, nous nous devons de restreindre les dommages néfastes engendrés par cette activité. » Etre demandeur de tourisme ne doit pas placer dans une position qui contraint à s'adapter aux demandes parfois aveugles du tourisme. Recevoir de l'argent pour le réinjecter dans les infrastructures touristiques, ou avoir besoin de débloquer des capitaux immenses à long terme pour réhabiliter un patrimoine naturel fortement endommagé par l'activité touristique, n'est pas le tourisme tel que nous le concevons. Au contraire nous dit Sonia Miny, chargée de communication, « L'indépendance s'acquiert par l'éducation, et c'est en cela que nos centres marchent ». L'indépendance ici se comprend à plusieurs niveaux, l'indépendance c'est d'abord l'indépendance des savoir-faire qui permet l'indépendance économique, mais également au niveau des individus cette indépendance économique permet une indépendance personnelle. Le tourisme joue ici un rôle fondamental d'un point de vue économique, comme le souligne Moez Beji des centaines de millions d'emplois dépendent plus ou moins

directement de ce secteur et celui-ci présente des « enjeux considérables tant au niveau socio-économique que politique ».

A notre avis le tourisme peut générer un cercle vertueux et non un cercle vicieux. Alberto Rotundo en effet remarque la nécessaire « création d'un cercle vertueux de développement économique mais aussi humain ». Pour cela, il faut parvenir à une autre conception de l'Autre. Non plus à travers le prisme d'un dépaysement ponctuel et folklorique, mais avec un véritable intérêt pour la population, son mode de vie, ses ressources et son développement. Des touristes qui sont responsables et qui responsabilisent, c'est-à-dire qui ne fassent pas du tourisme une activité destructrice et égoïste, mais l'occasion d'un apport financier qui se double d'un échange d'informations et de techniques.

Parvenir à un tourisme qui serait exclusivement responsable est un idéal qui nécessite une véritable réflexion philosophique et éthique se traduisant par un tout autre rapport au monde et à l'Autre, beaucoup moins centré sur nous et sur la satisfaction de nos besoins, quand bien même il s'agirait de nos besoins de beauté, de repos, de vacances ou de dépaysement. Mais Tourism For Help est cependant fière de pouvoir y contribuer.

Plus concrètement à court terme, il ne faut pas oublier que chacun peut faire des petits gestes pour sortir de sa zone de confort, ou tout du moins accepter de la restreindre un peu. Cela peut se traduire dans les faits par faire attention à sa consommation d'eau, faire attention aux coutumes rencontrées. A cet égard, les plus grands groupes hôteliers se penchent là-dessus aujourd'hui. Opportunisme ou pas ? En tout cas, cela a de quoi nous rendre optimistes. En effet, cela montre que les mentalités sont en train de changer. Les gens sont de plus en plus enclins et réceptifs à une attitude responsable. Si la demande se développe alors l'offre va de paire, si les gens préfèrent acheter en accord avec des normes environnementales alors on développe l'agriculture biologique. Tant et si bien que cela peut même être attractifs d'un point de vue financier pour des hôtels de développer des labels et de répondre à des normes « responsables ». Alberto Rotundo explique que les écoles de tourisme en Europe auraient tout intérêt à prendre en compte dans leur formation le potentiel du tourisme responsable. Après tout, nous pourrions même assister à un essor du tourisme responsable de sorte qu'il ne soit plus dans les années à venir un produit de niche mais le standard de l'industrie du tourisme. Pour cela, il est nécessaire de miser sur les générations futures. C'est ce que fait Tourism For Help en apportant une formation dans l'industrie du tourisme au Cambodge, au Sénégal et au Mali, mais également en sensibilisant les futurs touristes responsables en Suisse et en Europe.

Pour conclure nous citerons Isabelle Lanfranconi-Lejeune, « Dans nos pays où la mixité est une réalité, la motivation des plus jeunes pour leur choix futur de ce qu'ils voudront voir, et faire, pendant leurs vacances portera sur une vraie connaissance de l'autre à travers les voyages. C'est en connaissant « l'autre », sa vie, ses coutumes, ses aliments, sa religion etc., qu'on en a le moins peur. Notre tourisme sans être « évangélique » a un très grand rôle à jouer dans la citoyenneté. »

Alice Berthet

Référente à la rédaction, sensibilisation et information pour Tourism For Help

Si vous êtes intéressé par ce sujet nous tenons à votre disposition pour participer à des débats, conférences et tables rondes :

Tourism For Help, 7, Vieux Chemin d'Onex, 1213 Petit Lancy, Suisse
077.403.25.90/ infos@tourismforhelp.com/ www.tourismforhelp.com

BIBLIOGRAPHIE

Textes de références

Le code mondial d'éthique du tourisme : <http://ethics.unwto.org/fr/content/le-code-mondial-d-ethique-du-tourisme> page consultée le 10/03/17

Charte éthique du voyageur ATR (Acteurs du tourisme responsable) : <http://www.tourisme-responsable.org/voyager-responsable/charte-ethique-voyageur> page consultée le 10/03/17

Centre de ressources du réseau ATES (Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire) : <http://www.tourismesolidaire.org/ressources> page consultée le 10/03/17

Articles

CHASTANG Sandrine, "Voyager ou consommer ? ", *Altermondes*, n°1, 03/2005, p. 38-39

COURADE Georges et CAZES Georges, "Les masques du Tourisme ", *Revue Tiers Monde*, n°178, 06/2004, P. 247-386

"Expansion du tourisme : gagnants et perdants ", *Alternatives SUD*, Bruxelles, Ed. Syllepse, 2006

" Le tourisme en quête de sens « , *Altermondes*, Hors-série n°7, 03/2009

" Le tourisme autrement ", *Alternatives économiques*, Hors-série pratique n°33, 03/2008

" *Tourismes : la quête de soi par la pratique des autres* ", *Cahiers d'Etudes Africaines*, n°193-194, 2009

" *Vacances, j'oublie tout ?* ", Paris, Ritimo, 2003

Livres

AFEISSA Hicham-Stéphane, *Ethique de l'environnement. Nature, valeur, respect*, Paris, Vrin, 2007

BABOU Isabel et CALLOT Philippe, *Les dilemmes du tourisme*, Paris, Vuibert, 2007

BONNEUIL Christophe, FRESSOZ Jean-Baptiste, *L'Événement anthropocène*, Paris, Seuil, 2013

DELISLE Marie-Andrée et JOLIN, Louis, *Un autre tourisme est-il possible ?* Québec, Presses de l'Université du Québec, 2007

JONAS Hans, *Le principe responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique*, trad. J. Greisch. Paris, Flammarion, 2008

JONAS Hans, *Pour une éthique du futur*, trad. P. Ivernel et S. Comille, Rivages Poche / Petite Bibliothèque, Paris, Rivages, 1998

LEOPOLD Aldo, *Almanach d'un comté des sables*. trad. A. Gibson, Paris, Flammarion, 2000

MICHEL Franck, *Tourismes, Touristes, Sociétés*, L'Harmattan, 1998

Page web

Le centre de ressources documentaires, revue-espaces.com : <https://www.tourisme-espaces.com/doc/tourisme-loisirs-culture.html> page consultée le 10/03/17