

Tourisme équitable et communautaire

L'appui du Trade for Development Centre



Tourisme et développement

Malgré le coût pour l'environnement, les voyages touristiques décollent. De 10 à 20 millions de déplacements touristiques hors des frontières nationales dans l'immédiat après-guerre, on est passé à quelque 200 millions de vacanciers internationaux en 1975, et à 1,2 milliard en 2015 ! L'Organisation mondiale du tourisme prévoit 1,6 milliard de touristes en 2020. Le chiffre d'affaires du secteur devrait être alors de 2000 milliards de dollars. Et l'expansion est loin d'être terminée.

De nouvelles perspectives de développement s'ouvrent ainsi dans les régions pauvres et structurellement défavorisées. Alors, le tourisme, la nouvelle panacée pour sortir de la pauvreté les pays en développement ? Sous certaines formes, il peut être un moteur économique puissant (apport de devises, création d'emplois, amélioration de la balance commerciale, stimulation des investissements, soutien aux services locaux, valorisation des ressources naturelles et culturelles...). Toutefois, la Banque mondiale estime que 55 % des dépenses touristiques dans les pays en développement sont captés par les pays du Nord, via les compagnies aériennes internationales, les chaînes hôtelières, les agences de voyages ou les biens de consommation importés.

Et les effets positifs du tourisme sont généralement compensés par d'autres impacts négatifs, comme de très bas salaires pour le personnel local dans l'hôtellerie, la restauration, l'animation ou les transports, ou encore par le développement de réseaux de prostitution et du travail des enfants. Selon le Bureau international du Travail, environ 20 millions d'enfants de moins de 18 ans travaillent dans le secteur touristique.

Le tourisme consomme aussi beaucoup d'eau potable : un terrain de golf moyen en Thaïlande utilise autant d'eau chaque année que 60 000 habitants locaux ; à Agadir au Maroc, on peut voir les pelouses des hôtels irriguées jour et nuit alors que la population des quartiers périphériques de la ville n'a pas accès à l'eau potable...

Cette pression directe sur les écosystèmes fragiles, notamment les littoraux, provoque la dégradation de l'environnement physique et perturbe la faune et la flore sauvages.

Et que dire de la culture, souvent réduite à l'état de folklore marchandisé, artificiel ? À Bali, en Indonésie, les guides touristiques ont pris l'habitude d'accueillir les touristes avec des colliers de fleurs, une tradition purement polynésienne.



© Arnaud Leclercq pour le TDC

Le tourisme, autrement

Face à ces constats, plusieurs personnes et organisations se sont posées la question des conditions d'un tourisme moteur de développement pour les populations locales. Suivant l'accent que l'on met sur certains aspects du voyage, le 'tourisme responsable ou durable' peut prendre différentes appellations. Si l'écotourisme désigne un tourisme orienté vers le respect de la nature et l'environnement, il existe également le terme de 'tourisme équitable' qui permet de mettre l'accent sur la juste rétribution des communautés d'accueil, et celui de 'tourisme solidaire ou communautaire' qui s'attache surtout au respect des cultures locales.

Le tourisme équitable

Le commerce équitable est un concept qui est entré dans les mœurs. Il n'est plus un rayon de thé ou de café dans un supermarché qui n'ait désormais son produit équitable. Pour la plupart des gens, ce terme est le gage d'un meilleur respect des conditions de travail et de l'environnement des petits producteurs. C'est un terme intégré, compris.

Le concept 'équitable' s'applique aussi à d'autres secteurs tels que les produits artisanaux ou textiles, mais c'est dans le domaine du marché du voyage que son développement est le plus étonnant et le plus récent. Depuis quelques années, il est en effet possible de réserver un voyage dans le cadre de ce qu'on appelle de manière générale, le 'tourisme équitable'. L'idée de base reste la même : le touriste choisit de 'consommer' un produit ou un service, en l'occurrence un voyage dans le cadre du respect des populations locales ainsi que de leur environnement naturel, social et culturel.

Le tourisme communautaire

Dans ce type de tourisme, les communautés locales participent de manière significative à l'organisation et à la gestion des activités touristiques. Elles ont la possibilité de les modifier, de les réorienter ou de les arrêter. Pour Liliana Chiocci, présidente d'Altervoyages : « C'est différent de quelqu'un qui ouvre un lodge ou une auberge dans une communauté et donne du travail à certaines personnes. Ici, la communauté décide du prix du service offert, du nombre de touristes ou de voyageurs qu'elle désire accueillir et de la période d'accueil. Une partie des bénéfices sert à toute la communauté, et dans certains cas une partie du prix du voyage peut servir à financer la préservation de la forêt amazonienne ou un projet jugé prioritaire par la communauté »

La prise en main de l'activité touristique par les communautés locales renforce leur identité culturelle, revalorise leur gastronomie et leur patrimoine historique, à l'écart de toute folklorisation. « Avec le développement de ce tourisme, des emplois sont créés et, surtout, les jeunes restent dans les villages », ajoute Liliana Chiocci.

S'il est un pays où le tourisme communautaire s'est fortement développé, c'est bien l'Équateur où, en 2002, plusieurs groupes se sont réunis au sein de la *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador* (FEPTCE), dans le but de défendre et de renforcer le tourisme communautaire, reconnu en 2004 tant par le ministère équatorien que par l'Organisation mondiale du tourisme.

Une concertation entre la FEPTCE et le gouvernement a permis de dégager des critères officiels. Les projets doivent introduire une demande avant de pouvoir accueillir des visiteurs, et des contrôles portant notamment sur l'hygiène des infrastructures d'accueil sont régulièrement organisés.

La FEPTCE qualifie ce tourisme communautaire de « stratégie de développement durable préservant l'identité propre ». La devise de l'organisation est « *para defender la vida de los pueblos* » (pour défendre la vie des peuples). Le tourisme communautaire est pour elle une activité économique à part entière, une combinaison entre l'écotourisme et le tourisme équitable qui contribue :

- **au renforcement organisationnel des communautés.** Il s'agit d'une activité économique sociale et solidaire qui requiert une grande concertation et collaboration. Elle implique de prévoir des infrastructures (chambres chez l'habitant ou gîtes dans les villages), de se concerter sur la répartition des revenus, etc. ;

« Dans le tourisme communautaire c'est la la communauté qui décide du prix, du nombre de touristes et de la période d'accueil. »

- **à la préservation des richesses naturelles.**
Le respect de la *Pachamama* est profondément ancré dans les communautés indiennes. Lors de la réalisation d'un projet touristique, il faut faire plus attention encore à ne pas exploiter la nature, à la préserver. Dans la lutte contre les sociétés minières ou pétrolières, les membres de la FEPTCE sont souvent ceux qui montent aux barricades ;
- **au renforcement de l'identité culturelle.**
L'échange avec les touristes marque une renaissance de la musique, des danses, de la gastronomie et autres traditions culturelles. La FEPTCE considère d'ailleurs le tourisme comme un moyen de « décoloniser » la manière de penser, d'agir et d'être.

Dans le cadre du tourisme équitable et solidaire, ou du tourisme communautaire, les conditions sont ainsi réunies pour des rencontres riches d'échanges entre d'un côté les habitants et de l'autre les touristes. Ces derniers n'exploitent pas leurs hôtes mais au contraire leur fournissent des moyens de vivre dignement. On passe d'un « citoyen en vacances » à un « citoyen du monde en vacances », ou du « développement du tourisme » à un « tourisme de développement ».



L'appui du Trade for Development Centre

Le Trade for Development Centre (TDC) développe différents programmes dont l'objectif est d'améliorer l'accès au marché des PME et organisations de producteurs des pays en développement, ainsi que de promouvoir un commerce équitable et durable. Il est intégré à la CTB (l'Agence belge de Développement). Le TDC appuie actuellement 4 projets de tourisme équitable ou communautaire, dont deux en Amérique du Sud et deux en Afrique.

Honeyguide Foundation (Tanzanie)

Dans les régions où les agissements de l'Homme mettent en péril l'écosystème, le déploiement du secteur touristique peut parfois s'avérer être une partie de la solution. Dans le droit fil de plusieurs initiatives aux quatre coins du monde, la Honeyguide Foundation soutient, avec l'appui du Trade for Development Centre, le développement d'un tourisme durable dans l'AGF Enduimet, au nord de la Tanzanie. La population masai en retire un incitant financier supplémentaire pour protéger son environnement naturel.

Les aires de gestion de la faune (AGF)

En 1993, les décideurs tanzaniens créent les Aires de gestion de la faune (AGF, Wildlife Management Areas), des territoires où la protection de la nature est prise en charge par la population locale, qui devrait retirer la majeure partie des bénéfices de la protection des richesses naturelles.

Une de ces 38 aires est l'AGF Enduimet, un énorme territoire d'une superficie avoisinant les 1.200 km², situé dans le district de Longido et bordé par le Kenya au Nord, par des parcs

nationaux à l'Ouest et par le Kilimandjaro et ses imposants sommets enneigés au Sud-Est. Habitat de bon nombre d'espèces animales, cette AGF est aussi régulièrement traversée par d'autres espèces, dont les impressionnants troupeaux d'éléphants en quête d'eau et de nourriture. Les neuf villages situés au cœur de l'AGF Enduimet sont essentiellement habités par la communauté masai

Rivalités internes

Des siècles durant, les Masaïs ont vécu en harmonie avec le monde animal et végétal à l'ouest du Kilimandjaro. Mais aujourd'hui, l'accroissement de la population et l'amélioration du niveau de développement ont rompu cet équilibre. Les communautés accaparent de plus en plus de terres à des fins d'agriculture et d'élevage, et leurs besoins en matières premières comme le charbon et le bois ne cessent de croître. Les agriculteurs abattent les animaux sauvages qui détruisent leurs cultures, tandis que les braconniers les tuent pour leur ivoire et leur viande, fort prisés sur les marchés locaux.

Pour réduire la pression sur l'environnement, les Masaïs responsables de la gestion de l'AGF Enduimet ont mis en place des unités anti-braconnage, de nouvelles méthodes agricoles durables et des techniques de protection des sols. Un revenu stable issu du tourisme responsable inciterait encore davantage la communauté à protéger son environnement et ses ressources naturelles.

Mais, pour que ce tourisme soit une réussite, il manque aux Masaïs non seulement une connaissance du secteur, mais aussi des capitaux et des compétences.



© Honeyguide Foundation

C'est sur ce plan que la Honeyguide Foundation, une ONG tanzanienne qui met en œuvre des programmes d'autonomisation des communautés locales et de protection de la nature, entend soutenir l'AGF Enduimet et ses communautés.

La Honeyguide Foundation et le TDC unissent leurs forces

Dans le souci de replacer la région sur la carte touristique de la Tanzanie le projet d'une durée de 30 mois financé par le TDC vise tout d'abord à développer l'hébergement, en aménageant sept camps dont la gestion est confiée à la communauté locale même. Un système pratique de réservation et de paiement, une carte de la région et des panneaux d'information sont à la disposition des voyageurs.

La Honeyguide Foundation aide également les Masaïs à développer des activités touristiques, comme des randonnées en VTT, des treks à la rencontre des animaux sauvages ou des balades à dos d'âne. Les touristes avides de culture locale peuvent quant à eux séjourner dans des huttes masaïs, prendre part à des activités traditionnelles ou se familiariser avec les plantes médicinales.

Cette offre touristique est promue via différents moyens de communication : un site Web pratique, des brochures et un guide touristique de la région.

Les gestionnaires de l'AGF sont formés pour identifier les attentes, répondre aux besoins des voyageurs et tenir compte de leurs feedbacks.

Une implication des Masaïs

Les 17.000 habitants des neuf villages composant l'AGF bénéficient tous, directement ou indirectement, des revenus accrus du tourisme. De 300 à 500 habitants sont directement associés aux activités, dont 60 % de femmes masaïs, pour vendre des produits touristiques ainsi que de la nourriture, pour approvisionner les camps en eau ou mettre des ânes à disposition pour les balades. Les hommes, de leur côté, font office d'agents de sécurité et de guides locaux.

10% des revenus, qui ont fortement augmentés en trois ans (juin 2014 - mars 2017) dans l'AGF, sont versés dans un fonds d'éducation qui veillera en priorité à la formation des jeunes filles masaïs. Et, bien entendu, la faune et la flore si variées sont mieux protégées. 12 rangers ont pu être engagés grâce aux revenus générés par les activités touristiques.



L'AGF Enduimet: Un autre tourisme

La région présente de multiples atouts :

- un droit d'entrée inférieur à celui des autres parcs nationaux ;
- pas de safaris standardisés où tout est réglé de A à Z, mais la possibilité pour les voyageurs indépendants de découvrir la nature sauvage en dehors des sentiers battus ;
- des rencontres exceptionnelles avec les éléphants ;
- des expériences culturelles uniques avec la communauté masaï ;
- des vues et des couchers de soleil incomparables grâce à la localisation unique entre le Kilimandjaro et le Mont Meru.

www.honeyguide.org



Fair Trade Tourism (Afrique du Sud)

Le tourisme international a plus que triplé en Afrique du Sud depuis l'élection de Nelson Mandela en 1994. Le secteur devrait connaître une croissance continue jusqu'en 2020, année où, selon la National Tourism Sector Strategy, l'Afrique du Sud figurera parmi les 20 destinations mondiales les plus populaires.

Depuis des années déjà, le pays fait figure de précurseur en matière d'écotourisme et de gestion de ses réserves naturelles. Mais, c'est depuis les années 1990 qu'il s'est pleinement rendu compte de l'atout touristique que représente la diversité culturelle. Il a également pris conscience que les communautés dont la terre, le travail, la culture et les richesses naturelles interviennent dans les activités touristiques, peuvent, elles aussi, prétendre à une partie des recettes. C'est ainsi qu'ont vu le jour toutes sortes d'initiatives relevant du tourisme responsable.

Depuis les années 1990 il s'est pleinement rendu compte que les communautés dont la terre, le travail, la culture et les richesses naturelles interviennent dans les activités touristiques, peuvent, elles aussi, prétendre à une partie des recettes.

La certification, véritable vitrine

Depuis le tournant du siècle, le pays assume encore plus son rôle de pionnier. En 2001, le département sud-africain de l'organisation internationale de défense de l'environnement, l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature) lançait le premier programme de certification équitable dans le cadre de l'association FTTSA (Fair Trade in Tourism South Africa). Depuis, l'ONG devenue autonome en 2004 a rassemblé les diverses initiatives du secteur. Elle a aussi sensibilisé le public, fait du lobbying auprès des pouvoirs publics et a de même été l'un des membres fondateurs du réseau équitable en Afrique du Sud.

79 initiatives, réparties dans l'ensemble du pays, ont été certifiées : des hôtels, des logements pour les safaris ou destinés aux randonneurs, mais aussi des visites organisées et des activités de type « aventure », tous présentés sur le site www.fairtrade.travel.



Ses projets d'extension hors Afrique du Sud ont poussé l'organisation à se doter d'un nouveau nom début 2013 : Fair Trade Tourism.

Les critères de certification

Les principaux éléments constituant les critères en question sont les suivants :

- **Rémunération équitable** : toute personne permettant une activité touristique doit bénéficier d'une part équitable des recettes générées, proportionnellement au travail accompli.
- **Respect** : tant l'hôte que le touriste se doivent de respecter les droits de l'Homme, la culture et l'environnement. Cela sous-entend entre autres des conditions de travail décentes, la protection des jeunes travailleurs, la promotion de l'égalité entre femmes et hommes ainsi que la compréhension des pratiques culturelles et la tolérance envers celles-ci.



© Fair Trade Tourism

- **La pression environnementale** doit être la plus **réduite** possible : limitation de la consommation d'eau et d'énergie, revalorisation des déchets et protection de la biodiversité.
- **Démocratie** : toute personne permettant une activité touristique doit avoir le droit et l'opportunité de participer aux décisions sur les matières la concernant.
- **Transparence** : les tarifs appliqués et la comptabilité doivent être transparents. Les agences de voyages entretiennent des relations à long terme avec des fournisseurs (nourriture, logements...), versent des avances et appliquent des conditions fermes en cas d'annulation.
- Les produits alimentaires sont achetés au maximum sur place, afin de **soutenir l'économie locale**.
- Une attention est de même accordée aux **thèmes importants dans le contexte sud-africain**, à savoir, la formation des travailleurs noirs, les questions de propriété (cogestion par les noirs) et la sensibilisation au VIH.

Si FTT se profile explicitement en tant que label équitable, ses critères sont aussi en conformité avec d'autres normes applicables dans le secteur touristique, comme le Global Sustainable Tourism Council Criteria ou le « Tourism Child Protection Code of Conduct » qui entend s'attaquer à l'exploitation sexuelle des enfants dans le contexte touristique

FTT approved

Afin d'éviter tout conflit d'intérêts, une séparation a été opérée entre les domaines de développement des marchés et de la certification, par analogie avec Fairtrade International, l'organisation à la base du label Fairtrade, et FLO-CERT, l'organe de contrôle. Ce sont maintenant des bureaux externes, notamment KPMG, qui procèdent à la certification et aux audits.

FTT se concentre sur le développement du label Fair Trade Tourism, pour en faire une marque forte, en recherchant de nouvelles possibilités tant au niveau de l'offre que de la demande. Avec l'appui du Trade for Development Centre, et en collaboration avec les autorités sud-africaines, l'organisation a réalisé une étude des marchés allemand, suisse, suédois et hollandais, afin de permettre aux organisations et entreprises certifiées FTT de promouvoir, de façon ciblée, le tourisme durable sur le marché européen.

Au fil du temps, il s'est avéré que pour les tour-opérateurs, la certification ne semblait pas être l'approche la plus appropriée dans une chaîne de valeur bien plus complexe que celle de produits traditionnellement certifiés Fair Trade (café, cacao, bananes, etc.). C'est ainsi qu'en 2016, il a été décidé de ne plus certifier les tour-opérateurs mais de leur délivrer un statut « FTT-approved ».

Pour être « FTT-approved », l'opérateur doit signer le Code de Conduite FTT et commercialiser des vacances Fair Trade endéans les 12 mois après la signature de ce dernier. Les opérateurs déjà certifiés par *Travel Life* et/ou *TourCert* sont automatiquement approuvés FTT grâce à un accord de reconnaissance mutuelle.

Le développement du tourisme équitable en Afrique australe

Un deuxième projet soutenu par le TDC a pour objectif d'améliorer la rentabilité, la compétitivité et la durabilité des petits acteurs touristiques au-delà des frontières sud-africaines. Il en résultera un « panier » plus diversifié de produits touristiques où pourront puiser consommateurs et opérateurs. Le label *Fair Trade Holiday* sera la marque faîtière sous laquelle les produits touristiques seront commercialisés à l'aide d'un langage connu et compris des consommateurs européens, et auquel ils font confiance : celui du commerce équitable.

Le projet comporte quatre composantes parfaitement alignées avec la stratégie de FTT :

- Augmenter le nombre de « produits touristiques » certifiés en Afrique du Sud et dans la sous-région ;
- Appuyer les tour-opérateurs sud-africains (inbound) dans la promotion de circuits innovants auprès des opérateurs étrangers ;
- Augmenter les arrivées de touristes étrangers auprès de circuits et produits Fair Trade Tourism
- Renforcer le modèle Fair Trade Tourism afin de pouvoir l'étendre à toute l'Afrique du Sud et le répliquer dans la sous-région.

Un itinéraire est, lui, considéré comme Fair Trade si au moins 50% des hébergements se font dans un établissement certifié FTT (ou par un programme de certification partenaire).

Au début 2017, 38 tour-opérateurs sud-africains (inbound) et 21 tour-opérateurs européens (outbound), dont un belge, avaient été approuvés FTT. Plusieurs ONG, telles que Tourism Concern (Grande-Bretagne), EED–Tourism Watch (Allemagne), Schyst Resande (Suède) et Akte (Suisse), jouent également un rôle essentiel dans la diffusion de ce concept. L'Office de tourisme sud-africain assure enfin la promotion du label sur le marché étranger.

Élargissement

FTT nourrit des ambitions transfrontalières et compte progressivement étendre ses activités à sept autres pays d'Afrique australe et orientale (Botswana, Lesotho, Madagascar, Mozambique, Namibie, Swaziland et Tanzanie). Le touriste disposera d'un choix plus vaste, avec des circuits pouvant être proposés sur l'ensemble de l'Afrique australe.

FTT a signé des accords de reconnaissance mutuelle avec cinq programmes de certification existants en Afrique (Namibie, Botswana, Kenya, Tanzanie et Seychelles). FTT a également démarré la certification de produits au Mozambique et à Madagascar où un accord de reconnaissance mutuelle n'était pas possible (7 au Mozambique, 8 à Madagascar).

Ces accords de reconnaissance mutuelle ont été possibles notamment grâce aux partenariats développés au sein de la Sustainable Tourism Certification Alliance.

www.fairtrade.travel



Cordutch (Equateur)

Le tourisme communautaire en Equateur

Peu de pays peuvent se targuer de posséder autant de richesses naturelles et culturelles que l'Équateur. Ses quatre atouts majeurs - le littoral, la sierra, l'Amazonie et les îles Galápagos - constituent quatre écosystèmes abritant une infinie biodiversité. Par ailleurs, la population est composée à 25 % de communautés indigènes aux traditions ancestrales, dont l'affirmation identitaire permet à l'Équateur d'être un pionnier dans le développement du tourisme communautaire. Le caractère transversal et multiplicateur du tourisme en fait sans aucun doute un élément fondamental de la stratégie nationale de développement du pays, en générant des investissements, un accroissement du PIB et des emplois décents pour les membres des communautés locales. D'ailleurs, le *Plan Nacional para el Buen Vivir* 2013-2017 considère le tourisme communautaire comme un axe transversal de l'économie populaire et solidaire.

Cordtuch: l'organisation de tourisme communautaire de la province de Chimborazo

La *Corporación para el Desarrollo del Turismo Comunitario de Chimborazo* (Cordtuch) réunit 11 initiatives de tourisme communautaire réparties dans cinq cantons du territoire de la province de Chimborazo. Cette province compte des sites/curiosités d'un grand intérêt touristique comme la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo, le Parque Nacional Sangay et el Tren (Empresa Nacional de Ferrocarriles del Estado). Cordtuch vise à la fois les visiteurs (nationaux et internationaux) de réserves naturelles protégées, les amateurs de chemin de fer ainsi que les personnes intéressées par le tourisme communautaire. Mais Cordtuch a du pain sur la planche, car une étude sur la demande non satisfaite dans la Province précise que l'organisation ne capte qu'environ 0,95 % du tourisme provincial.

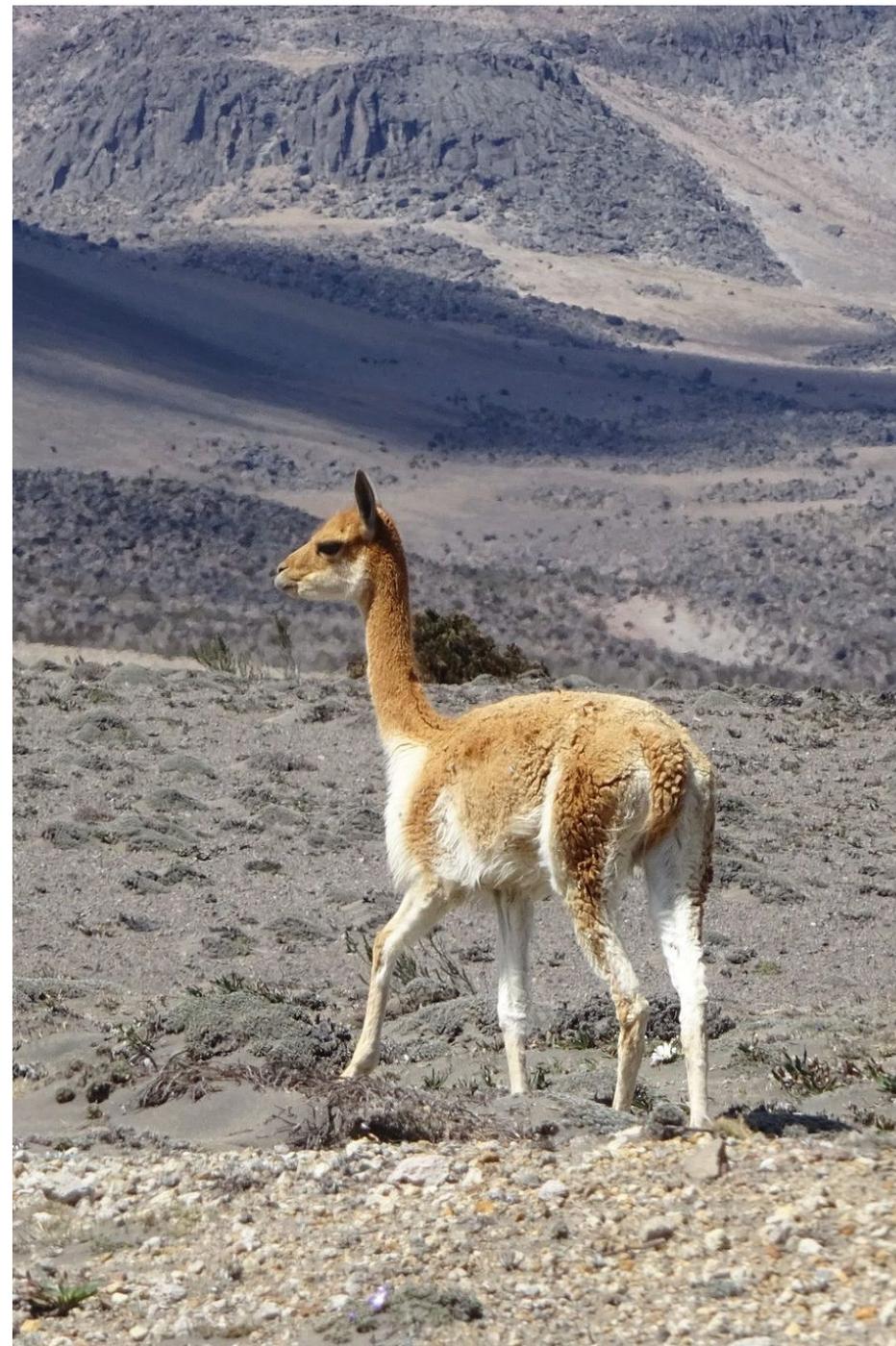


Les initiatives des membres de Cordtuch dynamisent l'économie locale et génèrent des emplois à travers la préservation du savoir ancestral et du patrimoine culturel du peuple Kichwa Puruwa permettant le développement de relations d'interculturalité avec les touristes en visite dans ces régions. Elles contribuent par ailleurs à la conscientisation et à la protection des ressources naturelles, en tant que moyen d'assurer à la population le droit de vivre dans un environnement sain et équilibré.

Ces initiatives ont permis le développement d'activités complémentaires telles que des ateliers d'artisanat, des centres de transformation de plantes médicinales, des projets de gestion de camélidés andins, des pépinières, un musée culturel, des fermes agroécologiques, ou encore des projets de reboisement privilégiant des plantes natives, la conservation du *páramo* – le biotope d'altitude – et des microbassins versants.

Afin de renforcer les activités de Cordtuch, un bras commercial et technique a été créé pour commercialiser les services touristiques offerts par ses membres : l'*Operadora de Turismo Comunitario Puruha Razurku*.

Composé à 25% de communautés indigènes aux traditions ancestrales, l'Equateur est un pionnier dans le développement du tourisme communautaire.



Le projet soutenu par le Trade for Development Centre vise à améliorer l'offre touristique communautaire

Le projet financé par le Trade for Development Centre a pour ambition de consolider les petites entreprises de tourisme communautaire.

Il apporte son appui à travers (1) l'amélioration des capacités de gestion en général, (2) le développement de l'offre touristique sur les marchés locaux, régionaux ou internationaux, en mettant en œuvre des systèmes d'amélioration et de contrôle qualité basés sur des certifications du tourisme durable, et (3) la participation à des foires commerciales en vue d'y présenter l'offre touristique communautaire.

Dans les réalisations concrètes et tangibles, notons les éléments suivants :

La production d'un livre de contes andins en collaboration avec la Faculté des Ressources Naturelles de l'Université de Rio Bamba. (cours d'éco-tourisme). Chaque communauté a pu choisir un conte qui a été illustré par un dessin en aquarelle. Les étudiants de l'université ont participé aux soirées de contes dans les communautés pour faire revivre les histoires oubliées et les transcrire. Il s'agit donc non seulement d'une valorisation d'un héritage culturel, mais aussi d'un échange intergénérationnel intra- et extra-communautaire.

La réalisation d'un manuel de signalétique pour l'ensemble des 11 communautés en vue d'apporter un appui aux besoins de signalisation dans les centres communautaires. L'objectif est de fournir une information touristique, d'orientation, d'explications écologiques et culturelles, voire de prévention de risques éventuels, Le manuel définit précisément les standards et normes techniques pour les écritures, les logos et la construction des panneaux signalétiques. Ce manuel a été partagé avec les autorités du pays, en vue d'une utilisation nationale. Les discussions sont en cours.

www.cordtuch.org.ec



Red Tusoco (Bolivie)

Contexte national du tourisme communautaire en Bolivie

L'agenda patriotique bolivien 2025 encourage la création de petites entreprises économiques communautaires. De son côté, la nouvelle loi de promotion et de développement du secteur touristique se focalise tout particulièrement sur le tourisme communautaire, qui représente une grande opportunité de développement pour les communautés rurales et indigènes habitant les réserves naturelles à haut potentiel touristique.

Vu le nombre limité d'activités productives industrielles dans ces régions (comme l'élevage intensif de bétail, l'agriculture intensive et l'exploitation forestière) ou dans les zones socio-économiquement vulnérables, l'environnement représente un atout à valoriser et à protéger. Le tourisme responsable pourrait donc devenir une importante source d'emplois et de revenus, et permettre de lutter contre l'exode rural.

Tourisme solidaire et communautaire

Red Tusoco (*Red Boliviana de Turismo Solidario Comunitario*), le réseau bolivien de tourisme solidaire et communautaire regroupe et soutient le développement de 22 petites entreprises valorisant le patrimoine naturel et culturel des communautés rurales autochtones.

L'organisation met sur pied des formations en gestion et aux métiers touristiques et tente de favoriser l'émergence de nouveaux responsables indigènes. Red Tusoco entend également jouer un rôle dans la structuration au niveau national du tourisme communautaire, et la mise en place d'un système de certification indépendant organisé et reconnu par l'Etat bolivien.



Favoriser le tourisme communautaire en Bolivie en vue d'un développement local durable et digne

À travers le projet financé par le Trade for Development Centre, Red Tusoco souhaite améliorer la capacité de gestion, la qualité des services et faciliter l'accès aux marchés en recourant aux nouvelles technologies.

L'organisation s'est récemment fixée comme objectif de formaliser l'existence juridique de l'ensemble de ses 22 membres, ce qui permettra aussi de renforcer le réseau. Une des actions du projet se focalise sur l'amélioration de l'offre des petites entreprises encore fragiles. Un manuel a été rédigé pour améliorer la qualité des services touristiques, et son contrôle, au sein de chaque petite entreprise communautaire.

Le projet prévoit notamment de développer 12 nouveaux produits et routes, en se concentrant en particulier sur les nouveaux membres, ou les membres qui se situent dans des zones reculées et par conséquent défavorisées en termes de fréquentation touristique. Des contacts ont été établis avec la nouvelle agence nationale de promotion du tourisme en Bolivie (Boltour) pour que les membres de Red Tusoco soient présentés dans ces brochures et documentations disponibles au grand public.

C'est en 2009 que fut créé Tusoco Viajes, le bras commercial du réseau. Ce tour-opérateur assure la conception, la promotion et la commercialisation, tant au niveau national qu'international, de circuits touristiques communautaires et solidaires en Bolivie.





Il affiche un chiffre d'affaires en nette hausse, mais doit étendre son offre, ses marchés cibles et se moderniser sur le plan de la promotion et des ventes, en recourant notamment à des applications numériques.

Le tout nouveau site Internet www.tusoco.com est beaucoup plus intuitif, imagé et agréable à la navigation. Il a été conçu en anglais afin d'élargir la base des lecteurs potentiels, et sera traduit en espagnol très prochainement.

Il regroupe aussi bien Tusoco Viajes que Red Tusoco, ce qui permet au client de faire le lien entre son achat auprès du

tour-opérateur, et le travail d'appui réalisé auprès des communautés.

L'impact du projet se situera au niveau tant économique que social et environnemental. Tusoco Viajes projette une croissance significative de ses ventes de 22 % par an, ce qui se traduira par une hausse de revenus pour les petites entreprises. Le projet devrait permettre la création d'emplois en milieu rural, la formation et la spécialisation du personnel dans de nouvelles compétences professionnelles, ainsi que par l'insertion socioéconomique des jeunes dans les communautés. Cette dynamique permet également de rendre une certaine dignité et fierté aux habitants de ces zones rurales, qui se sentent souvent délaissés et dévalorisés par rapport aux citoyens des centres urbains.

Les communautés comptant de petites entreprises de tourisme solidaire communautaire valoriseront et préserveront leur patrimoine naturel local dans le cadre de l'autogestion de leur territoire.

La reproduction de ce modèle à plus large échelle devrait avoir des impacts positifs sur l'environnement.

www.tusoco.com

Trade for Development Centre — www.befair.be

Rédaction:
Samuel Poos, Karlien Gorissen, Peter Christiaensen et Arnaud Leclercq.

Lay-out: Evi Coremans

Photo couverture: Honeyguide Foundation

ER: Carl Michiels

© CTB, Agence belge de développement, mars 2017.



CTB TRADE FOR DEVELOPMENT

**LA COOPÉRATION
BELGE AU DÉVELOPPEMENT** **.be**