

Globethics Repository



Déclaration de Montreal (1996)

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Postprint
Authors	Bureau international du tourisme social
Publisher	Bureau international du tourisme social
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-09-26 10:02:16
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/220625

Déclaration de Montréal (1996)

Pour une vision humaniste et sociale du tourisme

Addendum d'Aubagne (2006)

Vers un tourisme de développement et de solidarité



Bureau international du tourisme social

La Déclaration de Montréal *Pour une vision humaniste et sociale du tourisme* a été adoptée par l'Assemblée générale du BITS, le 12 septembre 1996, suite à une vaste consultation parmi les membres. Elle présente les atouts du tourisme social pour demain et les critères d'identification du tourisme social.

Le 10 mai 2006, à Aubagne, l'Assemblée générale du BITS a réaffirmé la pertinence et l'actualité de la Déclaration de Montréal en adoptant un Addendum *Vers un tourisme de développement et de solidarité* qui élargit la perspective et apporte certaines précisions au texte initial.

Depuis l'obtention des congés payés reconnus en 1936 dans plusieurs pays du monde occidental et la tenue du premier Congrès international sur le tourisme social organisé à Berne en 1956, le tourisme social et l'environnement dans lequel il évolue ont considérablement changé. C'est pour mieux prendre en compte les nouvelles réalités culturelles, sociales et économiques que ces textes ont été adoptés et sont proposés comme outils de référence aux acteurs du tourisme.

Malgré la démocratisation du tourisme et la croissance importante de ce secteur au cours des dernières années, le droit au tourisme pour tous, reconnu par le Code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT, est toujours d'actualité puisqu'une partie importante de la population dans les diverses régions du monde ne peuvent toujours pas participer aux bienfaits et bénéfices de l'activité touristique.

C'est pourquoi il nous semble tout à fait justifié d'affirmer que le tourisme social ne peut plus être relégué en marge de la vie politique, sociale et culturelle de la société comme ce fut le cas pendant trop longtemps. Il est au contraire appelé à agir pleinement comme « faiseur de société », « facteur de puissance économique », « acteur de l'aménagement du territoire et du développement local » et « partenaire des programmes de développement mondial » comme l'indique clairement le texte de la Déclaration de Montréal.

Il est aussi appelé à se développer vers de nouveaux horizons au bénéfice du développement durable et de la solidarité en s'assurant que l'être humain, en tant que personne et citoyen, soit toujours au centre des activités, tel que le précise l'Addendum d'Aubagne.

Dans ce contexte, les membres du BITS sont invités à donner la plus grande diffusion possible à la Déclaration de Montréal et à l'Addendum d'Aubagne afin qu'un nombre important d'opérateurs du secteur touristique, d'organisations gouvernementales et non gouvernementales, d'associations, de coopératives mettent en pratique les valeurs et les principes qui y sont affirmés.

Le président du BITS
Norberto Tonini

LA DÉCLARATION DE MONTRÉAL (1996)

POUR UNE VISION HUMANISTE ET SOCIALE DU TOURISME

Préambule

Que signifie aujourd'hui le tourisme social dans le monde ? Comment les acteurs du tourisme social se perçoivent-ils ? Quelles sont leurs convictions et leurs ambitions ?

A partir de la réalité d'aujourd'hui, quels sont les enjeux et les perspectives à l'orée du troisième millénaire ?

Il y a 25 ans déjà, le BITS affirmait, dans la Charte de Vienne, les dimensions sociales, culturelles, politiques et économiques du tourisme : fait fondamental de notre temps.

L'Organisation mondiale du tourisme, quant à elle, confirmait solennellement, dans sa Déclaration de Manille, les objectifs du tourisme social.

Que signifiera demain le tourisme social ? Tel est l'enjeu de la Déclaration de Montréal.

1 LE TOURISME SOCIAL : Une haute ambition face aux défis de l'exclusion et de l'intégration.

Aujourd'hui dans un monde

- où les pays les plus riches se heurtent à des pannes de croissance qui laissent en chemin des populations cumulant difficultés et handicaps, sources de graves dérèglements sociaux,
- où la maîtrise scientifique et technique de l'information s'accompagne d'une croissance sans emplois et ouvre des champs d'action culturelle et sociale encore insoupçonnés,
- où de grands ensembles économiques se constituent dans une logique libérale livrée à elle-même,
- où des pays se développent rapidement s'ouvrant à des possibilités de tourisme intérieur,
- où d'autres pays, voire des continents, sont maintenus dans une pauvreté choquante,
- où partout se revendique la recherche du sens,

...dans ce monde là, le tourisme est en forte progression. On constate un accroissement spectaculaire des déplacements d'affaires et de loisirs, l'ouverture des frontières, la diversification des destinations, des innovations dans les moyens de communication et de transport.

Tandis que le partage entre temps de travail et temps de loisir et de voyage est partout remis en cause, on assiste aussi, dans certains pays, à des formes inacceptables d'exploitation des populations locales allant jusqu'à la prostitution des enfants.

Art. 1 La Déclaration universelle des droits de l'homme affirme que tout être humain a droit au repos, au temps libre, à une limitation des heures de travail et à des congés payés.

Puisque ce droit est loin d'être un acquis social mondial, la conquête des loisirs et du tourisme au service de l'homme doit se poursuivre et s'intensifier dans la voie tracée par le tourisme social, dont l'ambition première est l'accès aux loisirs touristiques pour tous.

Art. 2 C'est le plein épanouissement de l'être humain, en tant que personne et en tant que citoyen qui doit constituer l'objet essentiel de toute action de développement touristique.

Le tourisme social : "faiseur de société"

Art. 3 L'ambition d'un accès aux loisirs touristiques pour le plus grand nombre - en ce compris les familles, les jeunes et les personnes du 3ème âge - engage nécessairement à la lutte contre les inégalités et contre l'exclusion de tous ceux qui ont une culture différente, ont des moyens financiers limités, ont des capacités physiques restreintes ou habitent un pays en développement.

Elle doit se traduire par la recherche et la mise en oeuvre des moyens de réaliser cet objectif: définition de politiques sociales du tourisme, création d'infrastructures, développement des systèmes d'aides aux personnes moins favorisées, sensibilisation et formation du personnel, etc. Des initiatives modestes, intégrées dans un plan global, peuvent souvent, autant que des projets de masse, être "faiseurs de société".

Art. 4 Les vacances et les voyages constituent des moments et des occasions privilégiés d'enrichissement des personnes, par la découverte des milieux, des cultures et des civilisations, par l'exercice d'activités physiques, artistiques, sportives ou ludiques, par la rencontre des personnes au delà de toutes les différences, par les responsabilités assumées librement par les touristes eux mêmes.

Les opérateurs de tourisme social ont la volonté de contribuer à développer les relations humaines, tant par leurs actions de formation que par leurs procédés d'animation : le tourisme social est facteur de cohésion sociale.

Le tourisme social : facteur de puissance économique

Art. 5 S'adressant à toutes les classes et à tous les âges, le tourisme social accueille et déplace des centaines de millions d'individus à travers le monde.

Partie prenante de l'économie sociale et solidaire, le tourisme social offre et offrira de plus en plus une chance économique exceptionnelle.

Engendrant des flux incessants de personnes et d'investissements contribuant au développement des régions, produisant des richesses nationales et internationales, stimulant des transferts de ressources de pays favorisés vers d'autres moins bien dotés, le tourisme pour tous est facteur de puissance économique.

Art. 6 Les apports du tourisme doivent être bénéfiques à toute la communauté. Ils doivent contribuer au développement social et économique des régions et des populations dans leur ensemble. Le secteur touristique doit être générateur d'emploi et garantir, simultanément, les droits fondamentaux des personnes qui y sont employées.

Art. 7 Tous les acteurs du développement touristique sont soumis aux mêmes exigences. Dans leurs fonctions d'entrepreneurs, de gestionnaires d'équipements, de producteurs ou d'accompagnateurs de voyages, d'éducateurs ou d'animateurs de loisirs, ils sont des agents économiques, soumis aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance.

La poursuite d'un objet social est directement dépendante d'une gestion exemplaire et de l'amélioration des résultats.

Le tourisme social : acteur de l'aménagement du territoire et du développement local

Art. 8 Avant que l'objectif d'un "développement durable et soutenu" n'ait été recommandé par les organisations internationales, le tourisme social se l'était assigné comme option de référence, afin :

- de concilier développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité de la population locale ;
- d'apporter de nouveaux moyens à des régions souvent délaissées ;
- d'aménager des sites avec la volonté de ne pas en dilapider les ressources ;
- de générer des bénéfices économiques, sociaux et culturels pour la population locale.

Comme le tourisme est, à l'échelle mondiale, l'un des principaux moteurs à la mise en valeur de nombreuses régions, il ne saurait, en aucun cas, être prétexte à l'envahissement incontrôlé des

sites ni à l'acculturation et à l'exploitation des populations.

Art. 9 Le tourisme peut et doit constituer un espoir pour de nombreuses économies fragiles. La préservation naturelle des sites ne saurait, en aucun cas, servir de prétexte à l'accaparement privilégié au profit de quelques-uns.

Art. 10 L'information, la formation et la sensibilisation des touristes au respect de l'environnement et des populations constituent l'une des missions essentielles du tourisme social, dans son rôle d'aménageur et d'entrepreneur de projets de développement touristique.

Le tourisme social : partenaire des programmes de développement mondial

Art. 11 La Conférence de Stockholm sur la population et l'environnement, les programmes des Nations Unies et la Conférence de Rio, entre autres, ont clairement identifié la responsabilité des générations actuelles quant aux limites de la croissance.

Le tourisme - maîtrisé et respectueux des sites et des populations - constituant un des espoirs économiques, sociaux et culturels de nombreuses régions en voie de développement, les opérateurs actuels et futurs du tourisme social sont et seront disponibles pour imaginer des programmes d'aménagement, bâtir des montages juridiques et financiers, contribuer à la gestion, à la formation et à l'animation de toutes actions d'aménagement touristique prévus dans les programmes de développement mondial.

Art. 12 Partout dans le monde, de nouvelles formes de coopération et de partenariat sont et seront obligatoires, l'aménagement touristique exigeant le concours des Gouvernements des collectivités territoriales, d'organisations sociales, de syndicats, de partenaires financiers, de mouvements familiaux et de jeunesse, culturels, sportifs, écologistes et, bien entendu, de professionnels de l'industrie touristique, notamment les opérateurs du tourisme social au service des projets d'intérêt général.

3 LES CRITÈRES D'IDENTIFICATION DU TOURISME SOCIAL.

Art. 13 Toute entreprise de tourisme (association, coopérative, mutuelle, fondation, fédération, entreprise à caractère "non-profit", société etc..) dont l'acte fondateur ou l'objectif principal indique clairement poursuivre un projet d'intérêt général et rechercher l'accessibilité du plus grand nombre aux loisirs touristiques - se démarquant ainsi de la recherche du seul profit maximal - peut revendiquer son appartenance au tourisme social.

Le mot «social» signifie davantage de solidarité, de fraternité et d'espoir pour tous ceux - si nombreux - encore en attente de temps libre dans le monde.

Art. 14 Cette appartenance n'est effective qu'aux conditions vérifiables ci-dessous:

- 1.** Les activités proposées intègrent des objectifs humanistes, pédagogiques, culturels, de respect et d'épanouissement des personnes.
- 2.** Les publics visés sont clairement identifiés sans discrimination raciale, culturelle, religieuse, politique, philosophique, sociale...
- 3.** Une valeur ajoutée non économique fait partie intégrante du produit proposé.
- 4.** Une volonté d'insertion non perturbatrice dans le milieu local est clairement exprimée.
- 5.** Les caractéristiques de l'activité et du prix sont clairement identifiées dans des documents contractuels. Les prix sont compatibles avec les objectifs sociaux visés. Les excédents d'exercices sont, pour tout ou partie, réinvestis dans l'amélioration des prestations offertes au public.
- 6.** La gestion du personnel respecte les lois sociales, est valorisante et intègre une formation continue adaptée.

Art. 15 Ce ne sont pas les statuts juridiques ou les procédures utilisées qui légitiment les opérateurs touristiques mais l'action qu'ils conduisent au service d'un objectif clairement affirmé et poursuivi.

Les statuts varient, en effet, selon les habitudes, les pratiques ou l'évolution des législations. Ils ne sont que des moyens au service des projets. Il n'existe pas aujourd'hui dans le monde de modèle unique de référence.

ADDENDUM D'AUBAGNE (2006)

VERS UN TOURISME DE DÉVELOPPEMENT ET DE SOLIDARITÉ

Préambule

La Déclaration de Montréal (1996) a rappelé la pertinence historique et actuelle du tourisme social comme "faiseur de société", "facteur de puissance économique", "acteur de l'aménagement du territoire et du développement local" et également "partenaire des programmes de développement mondial".

Elle a permis de préciser, aux articles 13 à 15, les critères d'identification du tourisme social qui ne se limitent pas aux seuls aspects juridiques bien que le tourisme social soit animé et géré principalement par les acteurs de l'économie sociale que sont les associations et les coopératives. Elle a mis l'accent plus que par le passé sur la nécessité de protéger l'environnement et de respecter les populations locales. La Déclaration de Montréal a introduit une relation de solidarité entre les touristes et les populations d'accueil avec comme objectif "un développement durable et soutenu".

Depuis l'adoption de la Déclaration de Montréal en 1996, le tourisme mondial, qui se caractérise par une forte résilience, a continué sa progression, avec des périodes de ralentissement causées par des catastrophes naturelles, des dangers sanitaires, des guerres, du terrorisme.... Il s'agit principalement d'un tourisme de masse qui n'apporte pas toujours les effets positifs escomptés et qui laisse en plan des segments importants de population; un tourisme de masse qui, par sa structure industrielle, provoque trop souvent une fuite des bénéfices vers les pays émetteurs au détriment des populations d'accueil, ce qui est de plus en plus dénoncé par ceux qui proposent des formes douces de tourisme en mettant l'accent sur la responsabilité et la solidarité de tous les acteurs de la chaîne touristique.

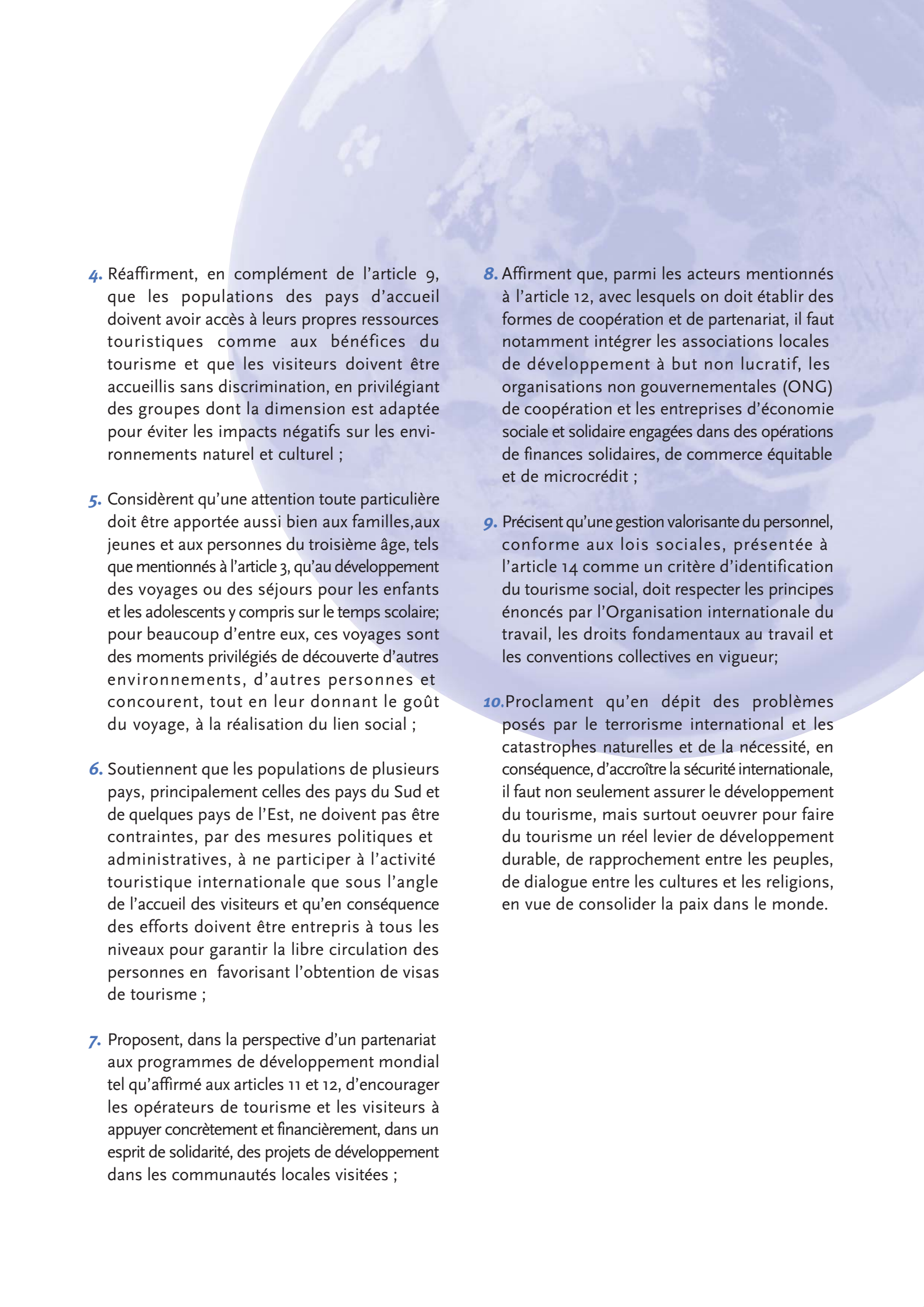
Cela étant dit, il importe donc d'apporter quelques précisions et ajouts à la Déclaration de Montréal.

EN RÉAFFIRMANT L'ACTUALITÉ ET LA PERTINENCE DE LA DÉCLARATION DE MONTRÉAL, ADOPTÉE EN 1996, LES MEMBRES DU BITS, RÉUNIS LORS DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE TENUE À AUBAGNE EN MAI 2006

1. Rappelent, en précision de l'article 1, le rôle des organisations syndicales de salariés, indépendantes et démocratiques, dans la promotion et la défense du droit de toute personne à une limitation du temps de travail et aux congés payés ;

2. Précisent que le plein épanouissement de l'être humain, en tant que personne et en tant que citoyen, constituant l'objet essentiel de toute action du développement touristique tel qu'affirmé à l'article 2, concerne à la fois les visiteurs et les visités ;

3. Souhaitent que les acteurs du développement touristique soumis, selon les termes de l'article 7, aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance veillent à ce que dans leurs transactions, celles-ci permettent d'accroître les bénéfices et les retombées économiques pour les populations des pays d'accueil ;

- 
4. Réaffirment, en complément de l'article 9, que les populations des pays d'accueil doivent avoir accès à leurs propres ressources touristiques comme aux bénéficiaires du tourisme et que les visiteurs doivent être accueillis sans discrimination, en privilégiant des groupes dont la dimension est adaptée pour éviter les impacts négatifs sur les environnements naturel et culturel ;
 5. Considèrent qu'une attention toute particulière doit être apportée aussi bien aux familles, aux jeunes et aux personnes du troisième âge, tels que mentionnés à l'article 3, qu'au développement des voyages ou des séjours pour les enfants et les adolescents y compris sur le temps scolaire; pour beaucoup d'entre eux, ces voyages sont des moments privilégiés de découverte d'autres environnements, d'autres personnes et concourent, tout en leur donnant le goût du voyage, à la réalisation du lien social ;
 6. Soutiennent que les populations de plusieurs pays, principalement celles des pays du Sud et de quelques pays de l'Est, ne doivent pas être contraintes, par des mesures politiques et administratives, à ne participer à l'activité touristique internationale que sous l'angle de l'accueil des visiteurs et qu'en conséquence des efforts doivent être entrepris à tous les niveaux pour garantir la libre circulation des personnes en favorisant l'obtention de visas de tourisme ;
 7. Proposent, dans la perspective d'un partenariat aux programmes de développement mondial tel qu'affirmé aux articles 11 et 12, d'encourager les opérateurs de tourisme et les visiteurs à appuyer concrètement et financièrement, dans un esprit de solidarité, des projets de développement dans les communautés locales visitées ;
 8. Affirment que, parmi les acteurs mentionnés à l'article 12, avec lesquels on doit établir des formes de coopération et de partenariat, il faut notamment intégrer les associations locales de développement à but non lucratif, les organisations non gouvernementales (ONG) de coopération et les entreprises d'économie sociale et solidaire engagées dans des opérations de finances solidaires, de commerce équitable et de microcrédit ;
 9. Précisent qu'une gestion valorisante du personnel, conforme aux lois sociales, présentée à l'article 14 comme un critère d'identification du tourisme social, doit respecter les principes énoncés par l'Organisation internationale du travail, les droits fondamentaux au travail et les conventions collectives en vigueur;
 10. Proclament qu'en dépit des problèmes posés par le terrorisme international et les catastrophes naturelles et de la nécessité, en conséquence, d'accroître la sécurité internationale, il faut non seulement assurer le développement du tourisme, mais surtout oeuvrer pour faire du tourisme un réel levier de développement durable, de rapprochement entre les peuples, de dialogue entre les cultures et les religions, en vue de consolider la paix dans le monde.



Le Bureau international du tourisme social est une association internationale à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir l'accès au tourisme pour tous, avec une attention particulière pour les groupes de population aux revenus modestes. Avec un réseau de membres présents sur les divers continents, le BITS est considéré aujourd'hui comme la véritable Organisation mondiale du tourisme social. Les membres du BITS incluent des associations, des syndicats, des coopératives, des organismes privés ainsi que des administrations publiques en charge du tourisme.



Bureau international du tourisme social
www.bits-int.org