



Dossier de Presse
Octobre 2002

Union nationale des associations du tourisme & de plein air

« D'autres voyages, du tourisme à l'échange »

Bureau Permanent UNAT
8, rue César Franck
75015 PARIS
Tél : 01 47 83 21 73
Fax : 01 45 66 69 90
E-mail : infos@unat.asso.fr
Internet : www.unat.asso.fr

Service de presse
Anne DAUDIN - Annie BLIN
AB3C – 34 rue de l'Arcade
75008 PARIS
Tél : 01.53.30.74.00.
Fax : 01.53.30.74.09.
E-mail : anne@ab3.com

Sommaire

Le Tourisme Solidaire

Un autre tourisme est possible, Le tourisme solidaire & développement durable	p. 3
La brochure « D'autres voyages, du tourisme à l'échange »	p. 6
Mini-glossaire, les mots du tourisme,.....	p. 8

Présentation de l'Unat

Les missions de l'Unat.....	p. 12
L'Unat en chiffres	p. 15
Les grandes dates de l'Unat.....	p. 16
Fiche Technique	p. 17

Annexes

1. Code Mondial d'Ethique du tourisme.....	p. 18
2. La charte d'Ethique du tourisme	p. 20

Un « autre » tourisme est possible, le tourisme solidaire & développement durable

Le tourisme, première industrie planétaire

Le tourisme est la première industrie mondiale, avec 714 millions de touristes en 2001, ce secteur représente 12 % du PIB mondial et 200 millions d'emplois (8 %).

Avec une progression de 4% par an, l'OMT prévoit 1 milliard d'arrivées de touristes en 2010.

Hausse du niveau de vie dans nos pays du Nord, développement des réseaux de transport et allongement du temps libre, sont évidemment parmi les facteurs qui favorisent cette croissance générale. Si, dans leur majorité, les touristes ne quittent pas leur continent d'origine, ils sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à être attirés vers les horizons lointains et exotiques du Sud.

Ce tourisme international est l'affaire des pays du Nord : ce sont eux qui drainent plus de 75% des flux touristiques et des recettes correspondantes, et ce sont les entreprises du Nord qui investissent au sud. Il s'agit d'un tourisme de masse fondé sur des investissements lourds en infrastructures. Le secteur se caractérise par une forte concentration spatiale des investissements et par une forte concentration économique entre les mains de quelques groupes hôteliers, compagnies de transport et tours-opérateurs, qui interviennent à l'échelle mondiale.

Le tourisme : le nord et le sud

Dans un processus accéléré de mondialisation, les acteurs du tourisme de masse s'approprient de plus en plus de nouveaux espaces, jusqu'alors préservés des flux touristiques, et les populations qui y vivent.

Si certaines retombées sont réelles pour les pays du Sud : apports en devises, création d'emplois, génération de revenus ou amélioration de la balance commerciale, elles bénéficient à une minorité, alors que les effets négatifs sont considérables.

De nombreuses voix s'élèvent depuis quelques années pour dénoncer les dérives d'un développement touristique incontrôlé qui profite majoritairement aux grands opérateurs internationaux, avec le risque de perturbation des organisations sociales, et de dégradation les milieux naturels et les patrimoines.

Des réactions multiples

Le souci de circonscrire les dégâts imputables au tourisme pour les populations du Sud, s'est traduit, ces dernières années, par diverses initiatives : élaboration du *Code Mondial d'Ethique du tourisme*, proposé par l'OMT, mise en place de la *Charte du Voyageur*, souscrite par des voyagistes.

Divers gouvernements, comme le gouvernement français, qui a élaboré, à partir du *Code Mondial d'Ethique du Tourisme de l'OMT*, la *Charte Ethique du Tourisme*, soutiennent ces initiatives. En parallèle, des projets de développement d'un « tourisme équitable et solidaire » sont apparus dans divers pays du monde, en général à l'initiative d'ONG, du Sud comme du Nord, ou de quelques tours-opérateurs touristiques.

En parallèle, on constate que la demande touristique mondiale évolue en fonction des changements socio-culturels profonds que connaissent les sociétés développées. Cela se traduit par de nouveaux comportements des touristes et donc par une demande différente en matière de produits : une part croissante des voyageurs (5 à 10% selon les pays) recherche des voyages « plus éthiques », permettant une découverte réelle des autres et une plus juste répartition des retombées financières des séjours.

Vers un tourisme durable & solidaire

Le Code Mondial d'Ethique du Tourisme marque le désir de « *promouvoir un tourisme international équitable, responsable et durable, au bénéfice partagé de tous les partenaires : Etats, opérateurs touristiques, touristes, populations locales, collectivités, société civile* ». Certes, le « tourisme solidaire » s'inscrit dans les dynamiques du « développement durable » ; à ce titre, il doit combiner l'efficacité économique avec la justice sociale et le respect de l'environnement.

Mais la démarche du « tourisme solidaire » va au-delà. Elle se fonde sur deux postulats supplémentaires :

- Le projet touristique doit prioritairement bénéficier aux sociétés locales, à travers des dynamiques qui favorisent leur autonomie économique et le respect de l'équilibre social. L'échange avec les populations locales et la formation sont donc les premières étapes des projets touristiques qui s'insèrent dans une démarche « solidaire ».
- Une part croissante de ces voyageurs du Nord, des ONG et certaines entreprises « citoyennes » sont prêts à étayer ces processus de renforcement des sociétés locales et à maximiser les retombées économiques pour ces populations, tout en favorisant la « rencontre entre les civilisations », la découverte de l'autre dans le respect de son identité et de ses valeurs.

Pour des propositions d'actions...

Afin de renforcer ces dynamiques émergentes, les acteurs-promoteurs d'un tourisme responsable et solidaire, au Nord comme au Sud, se proposent de :

- Sensibiliser et impliquer les *organisations du Sud*, afin qu'elles s'informent, se forment, s'organisent, tissent des alliances et fassent respecter leurs droits les plus élémentaires,
- Multiplier les initiatives associant organisations de base et ONG, du Nord comme du Sud, pour la réalisation de *projets concrets* de développement touristique alternatif, valorisant le *capital humain et le capital culturel* ;
- Créer et renforcer des *réseaux d'échanges*, de concertation et d'action entre partenaires, permettant un meilleur accès à l'information, à la formation et à l'organisation ;
- Développer, dans les pays du Nord, des *campagnes de sensibilisation* du public ;
- Sensibiliser et impliquer les *pouvoirs publics* des pays du Sud, comme les *coopérations internationales*, bilatérales et multilatérales, afin qu'elles apportent des moyens financiers significatifs à des projets alternatifs de tourisme.

La brochure « D'autres voyages, du tourisme à l'échange »

Projet de départ...

En septembre 2001, le Secrétariat d'Etat au Tourisme, qui depuis quelques années était particulièrement sensible aux thématiques du tourisme responsable, a organisé une série de rencontres avec les opérateurs proposant des voyages à caractère «solidaire».

Le rôle du tourisme comme facteur de rencontre entre les peuples, comme opportunité d'échange équitable, comme source et/ou catalyseur des processus de développement socio-économique, sont seulement quelques-unes des réflexions rendues possibles par ces rencontres.

Compte tenu de la demande de plus en plus importante des touristes intéressés à des voyages « différents » et du constat qu'il y avait aucun support de communication présentant les possibilités et les offres existantes, l'Unat a proposé aux opérateurs de coordonner un groupe de travail autour de la création d'une brochure de présentation des organismes engagés dans ce secteur.

Réalisation de la brochure

Dans cette intention, grâce à l'engagement des associations, au soutien du Secrétariat d'Etat au Tourisme, du Ministère des Affaires Etrangères et de la Délégation interministérielle à l'innovation sociale et à l'économie sociale, la brochure « **D'autres voyages, du tourisme à l'échange** » a été élaborée et tirée à 20.000 exemplaires.

Elle se compose de la façon suivante :

1. Les organismes français

17 organismes qui organisent et proposent des voyages « responsables » ou « solidaires » ou « autres », bref « des voyages différents » sont référencés en première partie de la brochure.

Présenté sur deux pages, chaque organisme expose sa philosophie, ses activités, ses produits, ses destinations, le nombre de participants par voyage et le type d'hébergement.

2. Les relais locaux

10 organismes, qui en France, ont une fonction de relais local pour des projets touristiques nés et développés dans les pays du sud.

Un questionnaire précis a été soumis aux 27 organismes présenté pour mieux cerner leur offre, autour des 5 éléments fondamentaux qui « font la différence » :

- Retombées économique locales et choix de prestataire locaux,
- Contacts avec la population locale au cours des voyages proposés (rencontres, activités culturelles...),
- Sensibilisation des voyageurs (ex. préparation au voyage) ,
- Sensibilisation aux problématiques environnementales,
- Implication dans un projet de développement local,

3. Mini-Glossaire sur les « Mots du Tourisme » (voir page 8)

Tourisme alternatif, culturel, intégré, durable, responsable, équitable...

Pour une meilleure compréhension de toutes ces notions, ces « mots du tourisme » sont répertoriés en dernière partie de la brochure.

4. Et enfin, les adresses utiles...

Cette dernière partie propose les adresses utiles pour en savoir en plus.

Des adresses « Au Nord », principalement d'organismes et institutions qui opèrent dans le secteur du tourisme ou de la coopération internationale, et des adresses « Au Sud », d'associations, de voyagistes, et des rêveurs qui, du Sud, essayent de faire entendre leur voix.

Distribution de la brochure

Editée à 20.000 exemplaires, la brochure est diffusée aux prescripteurs de voyages, notamment les collectivités locales et les comités d'entreprise.

Les modalités de diffusion sont les suivantes :

- Envoi aux comités d'entreprise (UNAT).
- Envoi aux collectivités locales (Ministère des Affaires Etrangères).
- Distribution locale : chaque organisme membre du groupe « Tourisme solidaire » et apparaissant dans la brochure, recevra entre 100 et 700 plaquettes (selon leur potentiel de diffusion) et en gèrera la distribution (salons, contacts locaux, réseau...).
- Envois à des collectifs militants, des collectivités locales ou des comités d'œuvres sociales (Unat).
- Stockage auprès de l'Unat et des organismes financeurs pour distributions diverses.

Les mots du tourisme

La terminologie du tourisme est extrêmement variée et généralement liée à la spécificité des produits proposés dans les différentes activités touristiques : loisirs, détente, culture, exploration, sport, clubs, croisières...

L'objectif n'est pas d'expliquer tous ces termes, mais uniquement ceux qui traduisent de la part des organisateurs, comme des voyageurs, une véritable volonté de rencontres et d'échanges avec les populations locales, dans le respect de leur environnement naturel, culturel et social. Précisons que les « mots du tourisme » dont les définitions suivent ont une histoire et ont souvent connu des évolutions...

Le tourisme alternatif

Ce terme a été utilisé à partir des années 50 pour définir un tourisme qui, au contraire des formes touristiques dominantes, cherchait à se rapprocher des réalités socio-politiques et économiques locales. En accompagnant les processus de décolonisation, il répondait à la demande d'une clientèle de militants soucieux d'instaurer de nouvelles relations avec les populations du Sud en voie d'autonomie. Sous le nom de « tourisme d'immersion », de tels voyages ont par exemple été organisés dans les années 60-70 à Poona en Inde, à l'initiative de personnalités du Musée Guimet. Les voyageurs étaient « immergés » dans des familles des classes moyennes, et selon l'origine professionnelle des participants, bénéficiaient d'informations spécifiques, voire de pratiques dans leur domaine de compétences.

Le tourisme intégré

Cette expression est née dans les années 60-70 avec les expériences menées à l'initiative du Français Christian Saglio dans la région de Casamance (Sénégal). Mettant ses compétences au service des populations locales, celui-ci les a aidées à créer un dispositif d'accueil qui leur soit spécifique, c'est-à-dire conforme aux traditions locales et dont la gestion corresponde aux pratiques et aux rythmes saisonniers locaux. Les bénéfices du tourisme ainsi produits sont gérés par un système bancaire local dont profite toute la population pour son développement communautaire.

Son exemplarité pour l'époque a fait du « tourisme intégré » un précurseur, en inspirant quantité de travaux théoriques et en servant de modèle, en particulier, au « tourisme communautaire ». Le mot désigne les formes touristiques proposées et gérées par les populations locales elles-mêmes, formes qui s'intègrent de façon harmonieuse dans les diverses dynamiques collectives, sociales et environnementales, du lieu d'accueil.

Le tourisme solidaire

Il introduit une relation de solidarité entre le touriste et les populations d'accueil. Comme le « tourisme alternatif », il a vu le jour aux lendemains de la colonisation, par la volonté de ces groupes militants, d'origines idéologiques ou religieuses diverses, de mettre à profit leur pratique du tourisme pour engager de nouvelles relations avec les populations locales.

Sa finalité est d'amener le touriste à une forme de solidarité concrète avec les populations visitées. Il peut prendre plusieurs aspects comme, par exemple, le soutien à un projet de développement ou la participation à un fonds d'entraide, et s'inscrit dans la durée, garante de l'accomplissement et de la pérennité des actions de solidarité.

Tourisme et développement

Après avoir été pendant plusieurs décennies la panacée des relations entre le Nord et le Sud, le concept de développement suscite aujourd'hui d'âpres débats critiques, surtout depuis l'échec des projets pharaoniques les «Eléphants blancs» financés par l'aide bilatérale ou multilatérale durant la guerre froide. Si, depuis le Sommet de Rio, on lui a accolé le qualificatif de « durable » (*voir ci-après la définition du « tourisme durable »*), c'est précisément pour mettre en garde la communauté internationale contre ce type de développement non maîtrisé et fauteur de désastres écologiques. De la même manière, le tourisme a subi tous les avatars de l'idéologie du développement des dernières décennies. La notion de « tourisme et développement » doit donc se comprendre dans le contexte général de l'aide au développement.

Il existe deux formes de ce type de tourisme. La première vise à susciter dans une région en difficulté une dynamique économique à partir de produits touristiques (le tourisme, comme instrument « déclencheur » de développement). L'autre consiste à ajouter des activités touristiques là où des efforts de développement ont déjà été déployés dans les domaines de l'agriculture, de l'éducation, du rôle et de la valorisation des femmes, de la mise en valeur de la culture locale.... (le tourisme, comme apport supplémentaire dans une dynamique préexistante). Cette dernière forme est évidemment plus rapide à mettre en place, mieux adaptée aux besoins locaux et rend les populations bénéficiaires moins vulnérables aux aléas et fluctuations de l'activité touristique. Enfin, autre élément en sa faveur, les organismes qui en assurent la promotion dans les pays émetteurs ne sont que les relais d'une dynamique créée par les populations locales elles-mêmes.

Le tourisme culturel

Il définit les produits dont la finalité est l'enrichissement culturel du voyageur au contact du patrimoine du pays visité. Le tourisme culturel est en général organisé et accompagné par des personnes compétentes, voire des conférenciers de haut niveau. Néanmoins, il a souvent tendance à privilégier le passé, par exemple dans l'architecture, au détriment du patrimoine « immatériel » (héritages culturels et dynamiques locales). Plutôt élitiste, le tourisme culturel n'est donc pas exempt d'ambiguïté lorsque les populations locales sont mises au service d'un patrimoine ancien, au mépris de leur culture présente, ce qui est généralement le cas dans les hauts lieux du patrimoine architectural (en Egypte, les Pyramides ou Angkor), avec pour conséquence paradoxale d'entraîner une déculturation des cultures locales contemporaines. Autre dérive, celle du pillage des patrimoines (pointes de flèches du désert, icônes, statues et morceaux d'architecture...).

Le tourisme durable

Bien qu'utilisé ces dernières années dans des sens divers, le terme se réfère à ce qui en matière de tourisme peut se rapporter au concept de durabilité, tel que défini, en 1992, lors du Sommet de la Terre de Rio. Le qualificatif « durable » ayant été adopté, non sans hésitation d'ailleurs, pour traduire le mot anglais « sustainable ». Cette extension du concept au tourisme a pris forme, en 1995, au cours d'une conférence organisée à Lanzarote (Îles Canaries) par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), à laquelle

participaient plusieurs centaines de partenaires du tourisme et qui a donné lieu à la publication de la « Charte du tourisme durable ». Document de référence s'il en est, remarquons d'ailleurs que cette charte n'a connu, de la part de l'OMT, qu'une diffusion restreinte... C'est seulement grâce aux efforts des associations qu'elle pu être distribuée plus largement. Ce document, très novateur à l'époque, insiste sur le respect des populations et de leur environnement dans la « durabilité » de l'activité touristique.

Le tourisme équitable

L'expression de « tourisme équitable » se réfère au commerce du même nom. Né récemment de la volonté d'adopter des règles « équitables », par opposition au fonctionnement actuel du marché mondial, le commerce équitable prend en compte une juste rémunération des producteurs, exige que la traçabilité des produits soit totalement garantie, et impose un certain nombre de pratiques, comme le paiement comptant des produits afin que les producteurs puissent faire face à leurs propres échéances et investissements. Il suppose donc une organisation cohérente et une maîtrise de toute la chaîne de production. En France, l'exemple le plus ancien et le plus connu du commerce équitable est celui que proposent les boutiques d'Artisans du monde.

De la même manière, une démarche de tourisme « équitable » devrait remplir un certain nombre de conditions :

- La responsabilisation de voyageurs conscients que, par leurs actes et attitudes, ils peuvent autant favoriser le développement des populations d'accueil que le perturber,
- La participation effective des communautés d'accueil à la définition et (au moins en partie) à la gestion des activités touristiques, les bénéfiques en étant perçus localement et majoritairement réinvestis dans des actions de développement,
- L'engagement de tous les acteurs et opérateurs dans une volonté de partenariat à long terme, sous la forme d'une contractualisation concertée (ex : entre opérateurs et prestataires locaux, entre ces derniers et leur personnel, entre voyageurs et organismes de vente de séjours...).

L'écotourisme

Le concept d'écotourisme est apparu dans les années 1985 dans les milieux naturalistes nord-américains afin d'alerter la population sur les dégâts causés par la fréquentation croissante des espaces naturels. Quelques années plus tard, en 1990, cette démarche s'institutionnalise avec la création de la Société internationale d'écotourisme. « L'écotourisme est une forme de voyage responsable dans les espaces naturels qui contribue à la protection de l'environnement et au bien être des populations locales », en est la définition habituellement retenue. Les produits touristiques sont donc ici conçus avec une attention particulière à la nature dans des régions peu perturbées par l'homme. L'écotourisme implique également, pour les opérateurs et les clients, d'être responsables par rapport à la destination visitée et de respecter les sites et les cultures locales, dans une optique de développement durable.

Mais, souvent exploité comme un simple argument de marketing, l'écotourisme est devenu prétexte au développement de produits ou très spécialisés (découverte de la faune ou de la flore, au détriment d'une vision globale de l'écologie), ou utilisés uniquement à des fins financières.

À noter tout de même que cette définition est encore en pleine évolution : au Sommet mondial de l'écotourisme qui s'est tenu en Mai 2002 à Québec (Canada), on a en effet beaucoup insisté sur les dimensions humaine et solidaire inhérentes à cette forme de tourisme.

Les voyages de solidarité

C'est une déclinaison du voyage d'immersion mais aux côtés d'une population particulièrement marquée par des événements graves (conflits, guerres). Lorsque des communautés sont ainsi victimes de troubles, c'est-à-dire souvent réduites à l'état de ghetto social et culturel, un séjour de personnes étrangères auprès d'elles peut non seulement faciliter le dialogue et l'ouverture, mais aussi avoir valeur de témoignage et déboucher sur d'éventuelles actions ultérieures. Notons que ce type de voyage ne doit pas être confondu avec les « Reality Tours » qui ne sont, pour la plupart, que des « aventures » à la recherche d'émotions fortes.

Même si cette sélection des « mots du tourisme » pourra paraître à certains incomplète ou partielle, l'essentiel est que toutes ces formes de tourisme impliquent l'existence de partenariats entre de nombreux organismes des pays émetteurs et récepteurs. Beaucoup d'entre eux ont vu leurs compétences augmenter et se diversifier, alors même qu'ils considéraient, il y a encore peu de temps, le tourisme comme une activité secondaire.

La richesse de cette terminologie vient donc bien de la multiplication de ces partenariats qui contribuent à donner un sens nouveau au tourisme, non plus réduit seulement au rêve ou au plaisir, mais ouvert à « l'autre », dans la recherche d'une intelligence des relations et le souci d'œuvrer à un monde plus égalitaire.

Les missions de l'Unat

Association reconnue d'utilité publique, l'**Union nationale des associations de tourisme et de plein air (Unat)** a été **créée en 1920** à l'initiative de l'Automobile club de France, du Club alpin français et du Touring club de France.

L'**Unat** regroupe aujourd'hui les principales associations et mutuelles françaises de tourisme, dans le domaine du tourisme familial, des vacances de jeunes et d'enfants, des vacances sportives et de plein air et des voyages.

Depuis sa création, l'**Unat** redouble d'efforts et d'actions spécifiques pour représenter le tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux. Elle contribue ainsi activement au développement d'une politique sociale du tourisme et des vacances.

La présence d'Unat régionales dans les vingt-deux régions françaises, en Martinique et en Guadeloupe, renforce la démarche de l'**Unat**, qui garde sa première ambition, que le tourisme devienne ouvert et solidaire.

Des objectifs multiples

- Représenter le secteur du tourisme associatif auprès des pouvoirs publics et des partenaires sociaux, avec la double volonté que le tourisme associatif soit bien pris en compte dans la politique touristique de l'Etat et que par ailleurs, il contribue activement au maintien, voire au développement, d'une politique sociale des vacances et du tourisme,
- Etre au service et à l'écoute des adhérents en mettant en place des outils (charte de qualité, promotion des produits génériques, évaluation économique et statistique, fonds de garantie divers...),
- S'investir dans les actions sociales en matière de vacances, l'accueil des personnes handicapées et le partenariat avec les syndicats et les comités d'entreprise,
- Réaliser des études, diffuser des informations sur le secteur d'activité avec la parution d'un annuaire, d'un mensuel de communication interne Flash Unat, de rapports, d'études diverses,
- Communiquer à travers son site Internet et Intranet (www.unat.asso.fr),
- Représenter et défendre les intérêts du tourisme social français et des membres de l'Union au sein des instances internationales,

- Gérer le secrétariat de l'Office national de garantie des séjours et stages linguistiques et depuis 2000, gérer la conférence permanente du tourisme rural.
- L'Unat a mis en place en 1999, en partenariat avec la Jeunesse au Plein Air (JPA) et l'Union Française des Centres de Vacances (UFCV), un observatoire des vacances et loisirs des enfants et des jeunes qui travaille en étroite collaboration avec l'Observatoire National du Tourisme et le Ministère de la Jeunesse et des Sports.
- Promouvoir et soutenir le tourisme solidaire et responsable.
En septembre 2001 la mise en place d'un groupe de travail formé par des opérateurs du tourisme responsable, des ONG et des représentants institutionnels a permis la création d'une brochure qui présente des voyages « différents ». La réflexion et les actions autour de ces formes alternatives de tourisme sont l'une des priorités de l'association.

Des services aux adhérents

- **L'Unat gère un fonds de garantie au profit exclusif de ses membres.**

Le fonds mutuel de solidarité ou FMS/Unat a pour objet de permettre aux associations et aux organismes à but non lucratif de justifier à l'égard de leurs adhérents de la garantie financière exigées par les textes légaux et réglementaires fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours à forfait.

- **Des actions de promotion et de communication**

L'Unat contribue à la promotion de ses membres et soutient une politique sociale des vacances. Elle engage des opérations de valorisation du secteur dans le cadre de la promotion de produits à caractères génériques, notamment les villages de vacances Loisirs de France. L'Unat participe à de nombreux salons et a réalisé un site Internet à destination du grand public et des professionnels (www.unat.asso.fr).

- **Le suivi économique, patrimonial et statistique du secteur d'activité**

L'Unat gère un inventaire permanent du patrimoine et des agréments tourisme, une banque de données économiques du tourisme associatif, le classement Loisirs de France des villages de vacances et assure le suivi de la politique de rénovation des équipements

- **Un rôle d'information**

L'Unat assure l'information de ses adhérents par la publication d'un annuaire, d'une lettre mensuelle Flash Unat, de rapports et d'études et par une large diffusion des informations en sa possession (textes législatifs et réglementaires, argumentaires, notes, compte-rendu.) notamment à travers l'ouverture récente de son site Intranet.

Le rôle de l'Unat est également d'alerter ses membres, lorsque cela s'avère nécessaire, des difficultés rencontrées sur certaines destinations grâce aux informations qu'elle reçoit du Ministère des affaires étrangères.

Des moyens efficaces

Chaque dossier est étudié au sein de commissions et de groupes de travail, quelles que soient les décisions ou les engagements de l'**Unat**

Deux commissions

- Familles et seniors
- Jeunes et enfants

Neuf groupes de travail

- Voyages
- Communication
- Fiscalité et questions juridiques
- Solidarité sociale et accueil des personnes handicapées
- Loisirs de France
- Promotion à l'étranger en partenariat avec Maison de la France
- Action communautaire et internationale
- Patrimoine
- Promotion

L'Unat en chiffres

Les adhérents de l'Unat totalisent :

- un chiffre d'affaires de 1 300 000 000 €
- un nombre de journées vacances de 38 202 000
- un nombre de personnes accueillies de 5 708 000
- un nombre total de lits de 242 150

Ils gèrent 1518 hébergements répartis en :

- villages et maisons familiales de vacances 673
- auberges et centres d'accueil de jeunes 219
- centres sportifs 120
- refuges et chalets 139
- centres de vacances pour enfants 171
- autres 196

Les implantations :

- 403 situés sur le littoral
- 212 en moyenne montagne
- 446 en montagne
- 389 à la campagne
- 67 en ville

Les adhérents de l'Unat emploient :

- 12 000 salariés permanents
- 60 000 salariés saisonniers

Le tourisme associatif en région :

La base de données recense 2000 associations de tourisme (+15% par rapport à l'an dernier). Précisions que cette liste n'est pas exhaustive.

- 21% de ces associations se trouvent en Ile-de-France
- 13% en Rhône Alpes
- 6% en Paca
- 5% en Bretagne

Les grandes dates de l'Unat

- 1920 Trois associations : Automobile club de France, Club alpin français, Touring club de France créent l'**Unat**
- 1924 L'**Unat** est chargée du service des examens pour le permis de conduire
- 1932 Le n° 8 de la rue César Franck (adresse actuelle) accueille les bureaux de l'**Unat**
- 1959 Une commission du tourisme social est créée
- 1966 L'**Unat** se développe et devient l'Union nationale des associations de tourisme et de plein air
- 1984/1987 Les **Unat** régionales sont mises en place
- 1992 Parution du premier bulletin interne d'informations diffusé actuellement à près de 1 800 exemplaires : le **Flash Unat**
- 1997 L'**Unat** classe ses villages vacances pour offrir un véritable label de qualité aux vacanciers (Loisirs de France)
- 1999 Organisation des premiers rendez-vous de l'**Unat** à l'occasion des assises nationales de la vie associative et des états généraux du tourisme social et associatif
- 2000 Ouverture d'un site internet www.unat.asso.fr et d'un site intranet

Fiche Technique

Date de création

1920

Activité

Promotion du tourisme social et du tourisme associatif

Adhérents

58 membres - 20 unions régionales

Bureau permanent

Unat

8, rue César Franck – 75015 PARIS

Tél : 01 47 83 21 73 – Fax : 01 45 66 69 90

E-mail : infos@unat.asso.fr

Internet : www.unat.asso.fr

Représentants

- **Président** : François SOULAGE (Club alpin français)

Vice-présidents :

- Patrick Brault - (VVF Villages)
- Jacques Chauvin - (Ligue de l'enseignement et de l'éducation permanente)
- Gérard Duval - (Ucrif étapes jeunes)
- Denis Seguin - (Renouveau)

Trésorier :

José CACHIA (Unat PACA)

Secrétaire

Philippe Henry Dutheil (Association Thalassa)

Permanents :

- Jean-Marc Mignon Délégué général
- Annie Bertholet Déléguée générale adjointe
- Bernadette Hénaff Assistante de direction
- Armelle Demeure Responsable pôle Projet et développement
- Renaud Quesada Chargé de missions Tourisme des jeunes et voyages
- Carla Rasera Chargé de missions Relations Internationales
- Magali Bonnin Responsable Coordination des régions
- Karine Berdoulat Responsable service comptable et administratif
- Françoise Dumas Secrétaire

Service de presse

Anne DAUDIN - Annie BLIN

AB3C – 34 rue de l'Arcade - 75008 PARIS

Tél : 01.53.30.74.00.– Fax : 01.53.30.74.09.

E-mail : anne@ab3.com

Annexe 1

Code Mondial d'Éthique du Tourisme

Le Code mondial d'éthique du tourisme constitue un cadre de référence pour le développement rationnel et durable du tourisme mondial à l'aube du nouveau millénaire.

Il s'inspire de nombreux codes professionnels et déclarations analogues qui l'ont précédé et il y ajoute de nouvelles idées qui reflètent notre société en mutation de la fin du XX^e siècle. Le tourisme international devant presque tripler, selon les prévisions, au cours des vingt prochaines années, les Membres de l'Organisation mondiale du tourisme sont convaincus que le **Code mondial d'éthique du tourisme est nécessaire pour essayer de réduire au minimum les effets négatifs du tourisme sur l'environnement et le patrimoine culturel et, en même temps, d'en maximiser les avantages pour les habitants des destinations touristiques.**

Lors de sa session de 1997 à Istanbul, l'Assemblée générale de l'OMT avait approuvé dans une résolution la proposition d'élaboration du Code. Au cours des deux années qui ont suivi, il a été constitué un comité spécial pour l'élaboration du Code mondial d'éthique du tourisme et, après consultation du Conseil professionnel, des Commissions régionales et du Conseil exécutif de l'OMT, le Secrétaire général et le conseiller juridique de l'Organisation ont préparé un projet de texte.

Lors de sa session d'avril 1999 à New York, la Commission du développement durable des Nations Unies a appuyé le concept du Code et elle a demandé à l'OMT de chercher à obtenir de nouvelles contributions du secteur privé, des organisations non gouvernementales et des syndicats de travailleurs. Des commentaires écrits relatifs au Code ont été reçus de plus de soixante-dix États Membres de l'OMT et organismes divers. Fruit d'une vaste consultation, les dix articles du Code mondial d'éthique du tourisme ont été approuvés à l'unanimité par l'Assemblée générale de l'OMT, à Santiago, en octobre 1999.

Le code comprend neuf articles définissant les "règles du jeu" pour les destinations, les gouvernements, les promoteurs, les voyagistes, les agents de voyages, les travailleurs du secteur et les touristes eux-mêmes. Le dixième article traite du règlement des litiges en prévoyant un mécanisme d'application, ce qui est une première dans ce genre de code. Il s'agit d'une procédure de conciliation impliquant la création d'un Comité mondial d'éthique du tourisme composé de représentants de chaque région de la planète et de chacune des parties prenantes du secteur du tourisme (gouvernements, secteur privé, travailleurs et organisations non gouvernementales).

Le Code mondial d'éthique du tourisme, reproduit ci-après, a été conçu pour être un texte vivant. Lisez-le. Diffusez-le largement. Veillez à sa mise en œuvre. Ce n'est qu'avec votre coopération que nous pourrons sauvegarder l'avenir de l'activité touristique et accroître la contribution du secteur à la prospérité économique, à la paix et à l'entente entre toutes les nations du monde.

Francesco Frangiali - Secrétaire général, Organisation mondiale du tourisme

Principes du Code Mondial d'Ethique du Tourisme

- Article 1 Contribution du tourisme à la compréhension et au respect mutuels entre hommes et sociétés
- Article 2 Le tourisme, vecteur d'épanouissement individuel et collectif
- Article 3 Le tourisme, facteur de développement durable
- Article 4 Le tourisme, utilisateur du patrimoine culturel de l'humanité et contribuant à son enrichissement
- Article 5 Le tourisme, activité bénéfique pour les pays et communautés d'accueil
- Article 6 Obligations des acteurs du développement touristique
- Article 7 Droit au tourisme
- Article 8 Liberté des déplacements touristiques
- Article 9 Droits des travailleurs et des entrepreneurs de l'industrie touristique
- Article 10 Mise en œuvre des principes du Code mondial d'éthique du tourisme

Si vous souhaitez des informations complémentaires

Site de l'Organisation Mondiale du Tourisme <http://www.world-tourism.org>

Annexe 2

La Charte d’Ethique du Tourisme

Pour un tourisme mondial, équitable, responsable et durable, les professionnels signataires s'engagent à respecter les principes du Code Mondial Éthique du Tourisme et à l'appliquer.

PRINCIPES DU CODE

La possibilité d'accéder, directement et personnellement, à la découverte des richesses de la planète constitue un droit également ouvert à tous les habitants du monde. Elle repose sur la liberté des déplacements touristiques. La présente charte doit favoriser l'exercice de ce droit au tourisme qui repose sur les principes qui s'exercent dans le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales :

- Contribution du tourisme à la compréhension et au respect mutuels entre hommes et sociétés
- Le tourisme, vecteur d'épanouissement individuel et collectif
- Le tourisme, facteur de développement durable
- Le tourisme, utilisateur du patrimoine culturel de l'humanité et contribuant à son enrichissement
- Le tourisme, activité bénéfique pour les pays et communautés d'accueil
- Le tourisme, facteur de création et de qualification des emplois
- L'information et la protection des touristes

ENGAGEMENTS DE LA CHARTE

Les professionnels en tant qu'acteurs touristiques, expriment la volonté de contribuer au développement de l'éthique dans le tourisme et de privilégier un tourisme respectueux des équilibres écologiques, économiques et socioculturels. A ce titre, les professionnels signataires de la présente charte s'engagent à mettre en œuvre les actions suivantes :

Réaliser des produits touristiques s'intégrant dans un

1. Tourisme durable qui repose notamment sur : la sauvegarde de l'environnement et des ressources naturelles, la protection du patrimoine naturel, la sauvegarde du patrimoine culturel de l'humanité et des cultures traditionnelles, l'intégration urbanistique et architecturale, par l'accès à une formation adaptée, initiale et continue pour les personnels de l'industrie touristique, par le respect des droits fondamentaux des personnels de l'industrie touristique
2. Associer les pays d'accueil et leurs populations locales aux activités touristiques afin de leur permettre de bénéficier des retombées économiques favorisant le développement et leur qualité de vie.
3. Conduire les activités touristiques en harmonie avec les spécificités et traditions des régions et pays d'accueil.

4. Favoriser le développement et la qualification des emplois des personnels salariés et indépendants.
5. Respecter l'égalité des hommes et des femmes, protéger les droits des enfants et des groupes les plus vulnérables et lutter contre l'exploitation des êtres humains sous toutes ses formes, notamment sexuelle.
6. Fournir aux touristes une information objective et sincère sur les lieux de destination, les conditions de voyage et se préoccuper en coopération avec les autorités publiques de la sécurité des voyageurs, de leur protection sanitaire et alimentaire.

De plus, les professionnels, en tant qu'acteurs de développement touristique, s'engagent à faciliter la mise en œuvre des principes ci-dessous par les pays et communautés d'accueil ainsi que par les touristes et visiteurs :

1. Les communautés d'accueil et les acteurs professionnels locaux doivent apprendre à connaître et à respecter les touristes.
2. Les touristes et visiteurs doivent s'informer sur les caractéristiques des pays qu'ils s'appêtent à visiter, adopter des comportements de nature à minimiser tous risques inhérents à leurs déplacements, et respecter les populations d'accueil.

Les touristes et visiteurs doivent être des acteurs d'une nouvelle citoyenneté de l'humanité et contribuer ainsi au développement économique, à la paix et à l'entente entre toutes les nations du monde.

L'application de la charte donnera lieu à la délivrance du label "tourisme et éthique" aux entreprises et territoires qui en font la demande.

Si vous souhaitez des informations complémentaires

Site du Secrétariat d'Etat au Tourisme

<http://www.tourisme.gouv.fr/>