



HAL
open science

Tourisme équitable

Bernard Schéou

► **To cite this version:**

Bernard Schéou. Tourisme équitable. Vivien Blanchet; Aurélie Carimentrand. Dictionnaire du commerce équitable, Quae, pp.222-230, 2012, 9782759217939. hal-03437992

HAL Id: hal-03437992

<https://hal.science/hal-03437992v1>

Submitted on 20 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Tourisme équitable

Bernard Schéou

Le tourisme équitable, phénomène en émergence depuis la fin des années 90, n'est pas considéré pour le moment, comme un objet de recherche en tant que tel, ni en France¹, ni ailleurs. Les travaux sont peu nombreux : les articles académiques se comptent sur les doigts de la main et il fait au mieux l'objet de quelques paragraphes dans une poignée d'ouvrages. Une fois ce constat établi, comment présenter un état de la recherche consacrée au tourisme équitable ? Une première solution pourrait être d'étendre le champ étudié à des expressions plus ou moins voisines dans leur signification comme celles de tourisme solidaire ou de tourisme responsable (remarquons que l'expression de « tourisme solidaire » peu utilisée en dehors de la France a sans doute pour traduction anglaise la plus fidèle « fair tourism »). Mais comme il n'existe pas beaucoup plus de travaux de recherche consacrés au tourisme solidaire et peu au tourisme responsable, nous ne serions pas plus avancés... Et prendre en compte toutes les formes de tourisme plus ou moins proches² nous éloignerait de notre mission initiale, avec le risque de rendre le tableau présenté plus confus. La solution semble être alors de s'intéresser aux acteurs qui se réclament du tourisme équitable et notamment à la façon dont ils l'ont défini, aux questions que pose le tourisme équitable et aux différentes recherches à poursuivre ou à développer pour y répondre.

1. Le tourisme équitable et le commerce équitable

A l'image du commerce équitable, le tourisme équitable est un projet à visée normative proposé par des acteurs de terrain. Il n'est donc pas étonnant que les premiers articles universitaires explicitement consacrés au sujet aient pour auteur ou co-auteur, une personne investie sur le terrain.

Pour Robert Cleverdon et Angela Kalisch³, auteurs du premier article universitaire

¹ En France, le tourisme lui-même peine à se faire reconnaître comme un objet digne d'intérêt scientifique.

² Les organisateurs et distributeurs de voyage usent d'une multitude de qualificatifs pour caractériser l'offre, créant sans cesse de « nouveaux » tourisms pour donner une impression de nouveauté permanente. Il est possible de classer les nombreuses expressions d'alternatives à un tourisme de masse (souvent caricaturé) : celles qui se réfèrent explicitement à des valeurs ou à des principes (le tourisme durable, le tourisme responsable,...) et d'autre part, celles qui portent plutôt sur une pratique ou une motivation particulière des touristes (le tourisme ethnique, le tourisme culturel,...). Mais la liste est longue et les recoupements de valeurs et de pratiques importants. Il est impossible de distinguer objectivement ce qui est du tourisme équitable de ce qui n'en est pas, quelle que soit la désignation choisie par les acteurs et la définition que nous pourrions retenir. Aussi, nous choisissons de nous concentrer sur le seul « tourisme équitable » et sur ceux qui s'en réclament, renvoyant le lecteur désireux d'en savoir plus au chapitre 5 de (Schéou, 2009).

³ Le premier est enseignant à l'université de North London et consultant, la seconde est chargée de mission au sein de l'ONG de lobbying Tourism Concern. À cette époque, Robert Cleverdon est très actif pour promouvoir l'application des principes du commerce équitable au tourisme. La même année, il publie avec Graeme Evans un chapitre intitulé « Fair Trade in tourism - community development or marketing tool ? » (Evans and Cleverdon 2000) et dirige l'année d'après un dossier de l'International Journal of Tourism Research consacré au tourisme équitable (Cleverdon 2001) avec 5 articles, 2 sur les stratégies des voyageurs anglais, 2 sur le tourisme équitable dans les parcs nationaux, et 1 sur les partenariats entre communautés et investisseurs dans le sud de l'Afrique.

explicitement consacré au tourisme équitable (Cleverdon et Kalisch, 2000), le constat de forte croissance de l'activité touristique en destination des pays du Sud avec pour conséquence un renforcement des inégalités sociales et économiques, nécessite de sortir d'un système dont le fonctionnement repose sur les inégalités et les accentue. Ils suggèrent de s'inspirer du concept de commerce équitable et de ses critères (lesquels sont reconnus par la majorité des acteurs) qu'ils pensent globalement applicables au tourisme. Néanmoins, ils conviennent que le tourisme présente certaines particularités dont il est nécessaire de tenir compte :

- la complexité du « produit touristique », intangible et invisible, composé de nombreux services où le facteur humain joue un rôle essentiel ;
- le caractère fortement concurrentiel d'un secteur où les prix sont bas et instables peut rendre difficile l'élaboration d'un prix juste ;
- dans certains pays en développement, le tourisme peut avoir des conséquences sur des personnes considérées comme faisant partie de ce « produit » et non habituées à la commercialisation des relations entre hôtes et invités ;
- le manque de tradition d'organisation collective des petits prestataires de services touristiques dans les destinations ;
- les conséquences possibles de l'intrusion sociale et culturelle du touriste au sein des sociétés d'accueil, qu'elles soient négatives (acculturation) ou positives (le touriste peut constater de lui-même les effets du tourisme équitable).

La portée des modifications qu'implique un tourisme équitable ne se limite donc pas à la dimension commerciale de l'activité. Ainsi, pour nos deux auteurs, le caractère équitable suppose que soient modifiées la nature même du produit comme sa promotion par l'industrie et pour Georges Cazes, il nécessite même un changement complet d'attitude à l'égard des pays du Sud tant de la part des organisateurs de voyage que des touristes : ceux-ci doivent en premier lieu, en « *reconnaître la complexité et la richesse* » (Cazes, 2006 : 34).

Convaincus que seule la collaboration entre acteurs du Nord et du Sud peut amener à modifier les pratiques inéquitables du secteur, Evans et Cleverdon mettent l'accent sur l'importance des relations entre opérateurs touristiques du Nord et du Sud et sur la prise en compte du rôle des intermédiaires, le plus souvent gérés par une élite locale, ou par des groupes sociaux dominants (Evans et Cleverdon, 2000). Selon eux, au-delà de cette collaboration, la mise en œuvre d'un commerce équitable appliqué au tourisme nécessite deux démarches conjointes : la première au Nord a pour but de sensibiliser le public et les consommateurs à travers la mise en place d'une marque certifiée de tourisme équitable et de campagnes de publicité, la seconde au Sud passe par la mise en place de réseaux, de regroupements qui pourraient améliorer la situation des petits prestataires de services touristiques grâce à des mesures d'accompagnements et des formations. Toutes deux passent par un financement public de la part des agences d'aide au développement d'autant plus que les auteurs pensent obligatoire une certification du tourisme équitable tout en reconnaissant que les différentes conditions à remplir sont difficiles à concilier : satisfaire les attentes des touristes et celles des prestataires de services touristiques au Nord, être réalisable et peu coûteux au Sud. Ils évoquent la possibilité d'impliquer les touristes dans le système de vérification.

Dans ces premiers papiers, les auteurs, constatant l'absence de définition du tourisme équitable, insistent sur l'importance de la participation de représentants

d'organisations du Sud au travail de conceptualisation du tourisme équitable afin que celui-ci ne soit pas seulement défini au Nord, à l'image de ce qui avait pu se passer dans le commerce équitable. Différentes tentatives de définitions émanant d'acteurs aux positions différentes seront proposées à partir du milieu des années 90. Nous évoquerons les trois principales.

2. Le tourisme équitable : trois définitions nées du terrain

Le tourisme équitable est né à la fin des années 1990 à travers diverses expériences survenues concomitamment correspondant à autant de tentatives de conceptualisation de ce que pourrait être le tourisme équitable. Vers la fin des années 90, Tourism Concern, une ONG britannique de réflexion et d'information sur le tourisme (en particulier Nord-Sud) et ses partenaires du réseau européen Third World Tourism European/Ecumenical Network (TEN) militent pour la mise en place de relations équitables au sein de l'activité touristique existante. Quelques années auparavant, en France, de petits opérateurs touristiques associatifs étaient apparus avec la volonté d'utiliser le tourisme comme moyen de développement des zones de destination. Enfin, à partir de 1998, la Fair Trade in Tourism Initiative développe en Afrique du Sud, une expérience pilote de labellisation d'établissements s'inscrivant dans une démarche de tourisme équitable.

2.1. Le tourisme équitable comme modèle pour le secteur touristique

Vers la fin des années 90, des ONG de plaidoyer et de sensibilisation ont essayé de définir un modèle pour le secteur du tourisme à partir de l'exemple du commerce équitable. Elles ont mis l'accent dans leurs campagnes sur la nécessité pour les acteurs classiques du tourisme de modifier leurs pratiques inéquitables qui accentuent les inégalités socioéconomiques, en particulier dans les pays en développement (Barnett, 2001). L'ONG anglaise Tourism Concern, particulièrement active dans le domaine, a mis en place en 1999, un réseau international pour promouvoir le commerce équitable dans le tourisme (International Fair Trade in Tourism Network) comprenant des opérateurs touristiques, des ONG, des universités, des institutions réunis autour des objectifs suivants : « renforcer la capacité de négociation des groupes d'intérêts locaux dans les destinations, de favoriser l'accès équitable au marché pour les petites parties prenantes, d'accroître la prise de conscience parmi les consommateurs et d'influencer le fonctionnement du commerce international »⁴. Les premières consultations menées par Tourism Concern au sein du réseau (1999 et 2000), ont permis de mieux cerner les priorités des acteurs des destinations : l'accès au capital, la possession des ressources, la distribution des bénéfices de l'activité touristique, le contrôle sur l'image de la destination diffusée dans les pays émetteurs, la transparence en particulier au niveau des prix et des conditions de travail. A partir de là, les membres du réseau ont établi une liste de critères définissant le tourisme équitable (Kalisch, 2001) :

- des partenariats équitables entre les investisseurs touristiques et les communautés locales : des consultations et des négociations équitables, la transparence de l'activité, le recours à des audits environnementaux et sociaux, le recours à des employés locaux, la mise en place de programmes de formation des employés avec des perspectives d'évolution de carrière, le refus de la corruption ;

⁴ Source : Tourism Concern cité chez (Grosspietsch 2005), citation traduite de l'anglais par nos soins.

- un partage équitable des bénéfices à travers : la négociation d'un prix équitable entre partenaires du Nord et du Sud, une distribution équitable des revenus du tourisme, l'utilisation de productions locales, le respect des règles fiscales des destinations, une information ouverte et transparente et des mesures de sensibilisation des touristes ;
- des échanges commerciaux équitables entre les touristes et les locaux ;
- une utilisation équitable et soutenable des ressources naturelles à travers, un investissement et de la recherche dans la protection de l'environnement, la consultation des communautés locales, l'adhésion aux conventions nationales et internationales concernant la biodiversité ;
- des salaires et des conditions de travail équitables respectant les standards internationaux du point de vue des droits du travail et la Déclaration des droits de l'homme.

2.2. Le tourisme équitable comme alternative au tourisme classique

En France, plusieurs associations de tourisme sont nées au milieu des années 90 en se réclamant d'un « tourisme solidaire »⁵, choisissant de mettre l'accent sur la dimension de solidarité Nord-Sud qui motivait leur action : solidarité avec les destinations des voyages, solidarité entre partenaires touristiques du Nord et du Sud, solidarité entre les touristes et leurs hôtes dans la destination.

Certaines d'entre elles, parce qu'elles considéraient mettre en œuvre un tourisme respectant les principes du commerce équitable, se sont rapprochées du principal collectif français d'organisations du commerce équitable, la Plate Forme du Commerce Équitable (PFCE). En vue de l'intégrer, elles ont mené un travail de réflexion sur le tourisme équitable et rédigé une charte qui en donne une définition, accordant une place importante au rôle des « communautés d'accueil autochtones » : *« Le tourisme équitable est un ensemble d'activités de services, proposé par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés d'accueil autochtones (ou tout au moins en grande partie avec elles). Ces communautés participent de façon prépondérante à l'évolution de la définition de ces activités (possibilité de les modifier, de les réorienter, de les arrêter). Elles participent aussi à leur gestion continue de façon significative (en limitant au maximum les intermédiaires n'adhérant pas à ces principes du tourisme équitable). Les bénéfices sociaux, culturels et financiers de ces activités doivent être perçus en grande partie localement, et équitement partagés entre les membres de la population autochtone. »*⁶

En 2006, ces mêmes associations créent avec la PFCE, l'association pour le Tourisme Équitable et Solidaire (ATES) liant dès lors, les deux qualificatifs d'équitable et de solidaire au sein d'une même dénomination. L'implication de la PFCE dans la création de l'ATES constitue une reconnaissance de fait de l'inscription de la démarche dans le commerce équitable. Les opérateurs membres de l'association se retrouvent désormais autour de trois missions : organiser les séjours en partenariat avec les populations locales en favorisant la rencontre et l'échange et en maximisant l'impact sur l'économie locale économique ; financer des projets de développement local dans les destinations avec une partie des bénéfices de l'activité

⁵ Sur la genèse de ce groupe, voir (Cravatte 2006)

⁶ Source : Charte du tourisme équitable de la PFCE rédigée en 2001 et rendue publique en 2002.

à travers la mise en place d'un fonds de développement ; informer de manière transparente et sensibiliser les voyageurs.

L'ATES est le seul collectif français d'opérateurs à revendiquer l'appellation de tourisme équitable et en fait un symbole identitaire d'identification des membres. D'autres collectifs ont été créés, soit sur une base régionale, regroupant alors des associations bien plus diverses dans leurs projets et dans leurs activités, ne pouvant alors utiliser le qualificatif « équitable » comme élément de rassemblement, soit sur une base nationale mais en se réunissant sous la bannière d'une autre appellation, comme par exemple, le collectif Agir pour un Tourisme Responsable (ATR), créé en 2004. Ce dernier regroupe principalement des voyageurs d'aventure et se réclame d'un tourisme responsable (dans son nom) ou d'un tourisme durable (dans sa communication). Par ailleurs, de plus en plus d'opérateurs, associations ou agences de voyages, se créent en déclarant faire du tourisme équitable, le plus souvent par opportunisme afin de miser sur l'effet de mode, supposé ou réel.

2.3. Le tourisme équitable comme expérience de labellisation (Fair Trade in Tourism in South Africa)

Seul label qui se réclame explicitement du tourisme équitable, FTTSA est une association à but non lucratif née en 2001 suite à une expérimentation pilote menée par l'International Union for Conservation of Nature/South Africa et destinée à tester la faisabilité de leur concept de tourisme équitable dans le contexte sud africain. L'activité principale de FTTSA est la certification et la promotion d'opérateurs touristiques en Afrique du Sud sur la base du respect de six principes (Seif, 2002) : l'équitabilité dans le partage des revenus de l'activité, la démocratie dans la prise de décision, le respect des droits de l'homme, de la culture et de l'environnement par les touristes et leurs hôtes, la qualité des services offerts, la transparence au niveau de la propriété des infrastructures et des entreprises, de la répartition des bénéfices et la durabilité dans la gestion des structures. Ces six principes ont été traduits en un ensemble de critères quantifiables, vérifiés sur site. En 2011, FTTSA certifie près de 60 entreprises touristiques proposant quelques activités et des hébergements allant des petits hébergements communautaires aux lodges luxueux.

Jennifer Seif, la directrice exécutive de FTTSA, et Anne Spenceley ont dressé un bilan de l'expérience de certification FTTSA dans le chapitre d'un ouvrage collectif consacré à la certification dans l'écotourisme (Seif et Spenceley, 2007). Alors qu'à l'origine, ses promoteurs envisageaient une reconnaissance et une récompense par le marché sous la forme d'un surplus de fréquentation des opérateurs touristiques engagés, il s'avère que les principaux bénéfices relevés par les membres concernent plus le renforcement des capacités et les progrès réalisés grâce aux échanges entre membres. Cependant, le fait d'être certifié a permis à certains petits projets d'entrer en relation avec des voyageurs internationaux. En outre, les deux auteurs pensent que les avantages économiques retirés de la certification iront croissant au fur et à mesure que se développera la marque FTTSA et la demande pour ce tourisme.

Fin 2005, un groupe de travail international comprenant l'ATES, FTTSA et des ONG impliquées historiquement dans la promotion de pratiques équitables au sein du tourisme comme Tourism Concern s'est constitué autour de FLO en vue d'étudier la faisabilité d'une certification internationale du tourisme équitable. Plusieurs années de travaux et d'échanges ont abouti à un « concept » sur la base duquel FLO a élaboré un plan d'affaires. Le schéma envisagé est globalement une transposition au tourisme du système existant de certification de FLO : le coût important devait être

financé à la fois par les prestataires de services dans les destinations et par les opérateurs de la chaîne, en particulier les plus grands voyagistes et agences de voyage du secteur. En raison des nombreuses incertitudes quant à l'implication des voyagistes, des plus petits aux plus grands, le groupe de travail a convenu de confier à FTTSA le soin de lancer un projet test sur l'Afrique du Sud (Seif, 2009) à la suite de quoi FTTSA a passé un accord avec deux voyagistes suisses et annoncé dans un communiqué de presse, fin 2010 : « Première mondiale : les premiers voyages équitables arrivent sur le marché suisse ».

2.4. Trois définitions donnant lieu à des démarches incompatibles ?

Les trois tentatives de conceptualisation du tourisme équitable que nous avons présentées émanent de trois types d'acteurs très différents les uns des autres : de petites associations militantes et engagées (ATES), des ONG d'information sur le tourisme (le réseau TEN) et une association de certification, en relation avec ces ONG depuis sa création. Si les principes défendus et les discours présentent de nombreux points communs, les démarches qui en découlent diffèrent ainsi que le « tourisme équitable » qui en résulte. En schématisant, nous pourrions dire que nous avons d'un côté un « tourisme équitable » mis en œuvre par de très petites associations militantes, à but non lucratif, créées dans ce but et d'un autre, des entreprises touristiques existantes, plus ou moins importantes qui sont poussées par les ONG ou le public à modifier leur comportement et à adopter des démarches de progrès⁷. Prendre position entre ces deux démarches complémentaires ne présente pas d'intérêt scientifique. Pour autant, selon Mowforth et Munt, il s'agit non seulement de ne pas les confondre, mais en plus, il reste à établir leurs mérites respectifs (Mowforth et Munt, 2008 : 182).

3. Quelle recherche sur le tourisme équitable ?

Pour conclure cette entrée, nous proposerons quelques pistes de recherche sans prétendre à l'exhaustivité et en refusant d'adopter une logique disciplinaire car nous pensons que le tourisme gagne à être étudié sans ancrage disciplinaire particulier, mais en combinant des perspectives historiques, géographiques, économiques, politiques, socio-anthropologiques, ... Étudier le concept de tourisme équitable en soi n'est pas sans intérêt (quelle est la pertinence des principes qui le définissent, d'un point de vue éthique ou par rapport à différentes doctrines politiques ? Sont-ils cohérents ou contradictoires entre eux ? Cohérents avec les objectifs fixés ?...) mais en rester à ce seul niveau théorique sans aucune confrontation avec le terrain paraît vain. Et de passer du concept à l'objet et d'étudier le tourisme équitable comme un phénomène résultant de différentes mises en œuvre d'un projet éthique et normatif et ce, en développant différents questionnements tout en préconisant d'adopter la proposition de Roux de sortir des oppositions binaires⁸ qui sont non seulement stériles mais qui, en tant que points de focalisation des débats et de la production scientifique sur le tourisme, empêchent le développement d'une recherche plus libre.

⁷ Pour donner un ordre d'idée, les opérateurs de l'ATES font voyager quelques milliers de touristes par an dans une quarantaine de destination alors que le membre le plus important d'ATR propose 150 destinations et a quelques 70000 clients annuels (source : sites Internet des collectifs, consultés en avril 2011)

⁸ « eux/nous, visiteurs/visités, Nord/Sud, mobiles/immobiles, dominants/dominés, etc. » (Roux, 2009: 596)

3.1. La construction de la chaîne de production touristique et les interactions qui en découlent

- Comment les acteurs construisent-ils la chaîne de production touristique : choix des partenaires commerciaux et relations adoptées, fixation de prix, transferts financiers, échéances de paiement ? Au niveau de chacun des acteurs de la chaîne comment est répartie la production de valeur ? Et les bénéfices réalisés ? Comment les décisions sont-elles prises ? Sur la base de quels critères et de quelles procédures ?
- Comment se construisent les relations entre les différents acteurs ? Plus particulièrement, quels sont les réseaux transnationaux et translocaux mobilisés par les acteurs dans les destinations et sur quelle base ? Quel est le rôle du tourisme, espace de rencontre, dans leur création ? Comment ceux-ci évoluent-ils ? Quelles recompositions sociales et identitaires en découlent pour les acteurs dans les destinations ? Quels sont les effets de la concurrence sur les discours et les comportements des acteurs de la chaîne de production touristique⁹ ?
- Comment identifier et caractériser les conflits entre les partenaires de cette chaîne de production ? Et surtout comment les expliquer ? Du fait d'une absence de prise en compte de l'autre par des acteurs sujets à l'ethnocentrisme (Schéou 2008) ? Du fait d'un comportement mu par différentes idéologies aveuglantes : culturalisme, populisme, misérabilisme¹⁰ et expliquant, au moins en parties les inévitables décalages entre attentes et comportements réels¹¹ et les malentendus entre les acteurs ? Comment mettre à jour ces idéologies et comment mesurer leurs effets sur les relations entre les acteurs et sur le comportement des touristes ?

3.2. L'atteinte des objectifs et le respect des principes du commerce équitable ?

- Dans quelle mesure les objectifs visés (le développement des destinations, la réforme du système du commerce international,...) par le projet du tourisme équitable sont-ils atteints ? Et qu'est ce qui empêche de les atteindre ? Les idéologies évoquées plus haut ? Est-il possible de comparer les mérites respectifs des trois expressions présentées précédemment : construire des microprojets de tourisme équitable, rendre un peu plus équitable le tourisme majoritaire, labelliser des projets dans les destinations pour passer des accords avec des opérateurs « classiques » ?
- Les principes du commerce équitable sont-ils respectés dans ces mises en

⁹ Cravatte montre comment la concurrence se joue aussi sur le terrain de la solidarité, devenue un argument commercial et qu'il faut mettre en oeuvre et afficher de manière particulière pour se démarquer de ses rivaux (Cravatte, 2008).

¹⁰ Sur l'idéologie culturaliste, cf. (Olivier de Sardan, 2010) et sur les idéologies populistes et misérabilistes, cf. (Olivier de Sardan, 1990b). Précisons qu'il n'y a pas incompatibilité entre l'ethnocentrisme et entre les idéologies culturaliste et populiste. Sur la référence au mythe de la communauté consensuelle dans le tourisme équitable, cf. (Cravatte, 2006), sur ce que ce mythe peut avoir comme conséquence sur le choix du type de développement, voir (Chabloz, 2006) ou encore sur les effets de l'idéologie populiste et culturaliste (appelées illusion participative et culturaliste) sur un opérateur de tourisme équitable, voir (Girard et Schéou, 2009).

¹¹ Sur ces décalages dans le développement en général, cf. (Olivier de Sardan, 1990a ou Olivier de Sardan, 1995) et notamment les principes de sélection et de détournement par les acteurs de terrain, très bien mis en évidence dans une expérience de tourisme équitable par Chabloz qui y analyse l'appropriation, le détournement ou le rejet des règles par les différents protagonistes (Chabloz, 2006).

œuvre : circuit court et le plus direct possible, relations économiques de long terme, procédure de fixation des prix, avance lors de l'achat,... ?¹² Si seuls certains le sont, pourquoi ? Quelles garanties les différents acteurs peuvent-ils offrir à ce propos ? Comment faire face aux inévitables détournements des règles ? Comment les règles morales sont-elles comprises, acceptées ou rejetées, détournées par les différents protagonistes de l'activité touristique ? La certification est-elle le système idéal de garantie comme l'affirment nombre d'auteurs et d'acteurs, en particulier institutionnels ? D'après Harold Goodwin, il n'existe aucune évidence prouvant que la certification dans le tourisme accroisse les parts de marché des opérateurs y souscrivant pas plus qu'il n'y a de preuve de l'existence d'une demande de la part des consommateurs pour la certification, ni que la certification garantisse une réduction des impacts environnementaux du tourisme (Goodwin, 2010). Il indique ainsi que la question de la garantie devrait faire l'objet de recherches sans que la certification soit considérée comme la seule solution évidente surtout qu'elle reste entachée d'ethnocentrisme et qu'elle est l'une des plus coûteuses¹³.

3.3. Les touristes et la rencontre « interculturelle »

- Quels sont les touristes visés par les opérateurs de tourisme équitable ? Vendre du tourisme équitable est-il nécessairement ambigu ? Quelles sont les motivations des touristes qui choisissent de faire du tourisme équitable ? En quoi diffèrent-elles des autres touristes ? Est-il possible de reconstruire le sens global de l'expérience des touristes équitables et comment celle-ci s'articule-t-elle avec les autres formes de tourisms, les autres formes de pratiques équitables et d'engagements comme avec les positions dans les cycles de vie familiaux ?
- Comment se passe la rencontre « interculturelle » qui est au cœur du projet du tourisme équitable ? Quel est le jeu joué par les différents protagonistes de la rencontre ? Est-ce « un « jeu de dupes » où chacun utilise l'autre pour atteindre ses objectifs personnels ? » (Chabloz, 2007: 46). Ou alors, les acteurs font-ils semblant d'être dupes ? Quelles sont les mises en scènes opérées dans les rencontres touristiques ? Que choisit chaque acteur de donner à voir à l'autre de lui-même ? Sur quelle base et en fonction de quoi ? Comment chacun des acteurs ressort-il de la rencontre ?

3.4. Tourisme équitable, liberté de circulation et effets environnementaux de la mobilité

- Qu'en est-il de la liberté de circulation ? Cette liberté est-elle équitablement répartie ? Evidemment non, pourtant, le projet de tourisme équitable ne devrait-il pas supposer également une meilleure répartition de cette liberté ?

¹² Même si son terrain ne concerne pas des opérateurs touristiques qui se réclament d'un tourisme équitable, Boulay montre comment derrière les discours occidentaux sur le tourisme durable, « se dissimulent des pratiques qui sont tout simplement celles d'un marché très concurrentiel, dont la localisation au Sud laisse aux acteurs du Nord les libertés décisionnelles. » (Boulay, 2006: 70)

¹³ Signalons ici le programme de recherche mis en place au sein de l'ATES dans le cadre d'un PICRI (Partenariat Institutions - Citoyens pour la Recherche et l'Innovation, dispositif de financement de recherche appliquée de la région Ile de France.) dont l'objet est notamment d'étudier s'il est possible de co-construire un système d'évaluation des opérateurs du tourisme équitable entre les différents partenaires impliqués

Laquelle ne passe-t-elle pas par commencer de considérer les touristes du Sud comme des touristes, c'est-à-dire autrement que comme des hôtes ?¹⁴

- Comment les différents acteurs du tourisme équitables envisagent-ils le défi environnemental et plus particulièrement la question des transports ? Est-il possible de réconcilier la perspective humaine qui est historiquement celle des acteurs de commerce équitable avec la perspective environnementale ? Est-ce que cela suppose de renoncer au tourisme lointain ? Est-ce le sens de l'évolution de l'offre des opérateurs de tourisme équitable européens qui proposent de plus en plus des destinations proches, rompant avec la logique Nord Sud et tiers-mondiste ? Ou alors la compensation volontaire va-t-elle être saisie comme une solution permettant de concilier culpabilité et maintien d'une situation à laquelle tous ont plus ou moins intérêt ?

Enfin, s'il y a si peu de travaux explicitement consacrés au tourisme équitable n'est-ce pas du fait d'un manque de pertinence de cette catégorisation du point de vue de la recherche ? Les questionnements proposés ne s'appliquent-ils pas pour une part d'entre eux (3.1. et 3.2.) au commerce équitable dans son ensemble et pour une autre part (3.1., 3.3. et 3.4.) au tourisme, quelle que soit sa forme ? C'est que nous avons tenté de rejeter l'opposition idéologique entre un bon tourisme (tourisme équitable ou autre catégorie) et un mauvais tourisme (tourisme de masse), dangereuse pour la recherche dans le sens où elle risque d'obliger le chercheur à orienter ses travaux et ses résultats en fonction d'elle.

4. Bibliographie

Barnett, P., 2001. Fair Trade in Tourism. UNEP - Industry and Environment, Paris, 18-19.

Boulay, S. 2006. Le tourisme de désert en Adrar mauritanien : réseaux "translocaux", économie solidaire et changements sociaux. *Autrepart*, (40), 63-79.

Cazes, G., 2006. Un autre concept à interroger: le tourisme équitable. In : *Tourismes & identités*. (F. Michel et J.-M. Furt, eds), L'Harmattan, Paris, 27-35.

Chabloz, N. 2006. Vers une éthique du tourisme ? Les tensions à l'œuvre dans l'élaboration et l'appréhension des chartes de bonne conduite par les différents acteurs. *Autrepart*, (40), 45-62.

Chabloz, N. 2007. Le malentendu, les rencontres paradoxales du "tourisme solidaire". *Actes de la recherche en sciences sociales*, (170), 32-47.

Cleverdon, R., 2001. Fair Trade In Tourism - Application and Experience. *International Journal of Tourism Research*, 3 (5), 347-423.

Cleverdon, R., Kalisch, A., 2000. Fair Trade In Tourism. *International Journal of Tourism Research*, (2), 171-187.

Cravatte, C. 2006. La construction de la légitimité du tourisme solidaire, à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la "population locale". *Autrepart*, (40),

¹⁴ « L'autre exotique ne peut-être qu'un hôte bienveillant ou éventuellement un guide dans sa propre société, mais certainement pas un touriste » (Evrard, 2006: 155) et plus loin, « le tourisme global doit être davantage envisagé comme un phénomène néo-colonial [...] : il se développe sur la base d'un accès privilégié à la mobilité des habitants du Nord contrastant avec l'immobilité contrainte – et les migrations forcées – des populations du Sud. » (Evrard, 2006: 156)

31-44.

Cravatte, C. 2008. Vendre la rencontre et quantifier la solidarité : l'exemple de l'émergence du tourisme solidaire et équitable. *In : Anthropologues et économistes face à la globalisation.* (E. Baumann, L. Bazin, P. Ould-Ahmed et al, eds), L'Harmattan, Paris, 151-170.

Cravatte, C. et N. Chabloz 2008. Enchantment and solidarity: Which dream does 'fair tourism' sell? *Tourist Studies*, (8), 231-247.

Cravatte, C. 2006. La construction de la légitimité du tourisme solidaire à la croisée de différents registres mobilisant le lien avec la "population locale". *Autrepart*, (40), 31-44.

Evans, G., Cleverdon R., 2000. Fair trade in tourism - community development or marketing tool? *In: Tourism and Sustainable Community Development.* (D. Hall et G. Richards, eds), Routledge, Londres. 7, 137-153.

Evrard, O. 2006. L'exotique et le domestique. *Autrepart*, (40), 151-167.

Girard, A. et B. Schéou 2009. Le tourisme solidaire communautaire à l'épreuve des illusions culturaliste et participative, l'exemple d'une expérience au Bénin. *Colloque Tourisme et objectifs du millénaire pour le développement*, 20-21 novembre, Sousse, Tunisie, IRD.

Girard, A. et B. Schéou 2011. Fair Tourism and authentic encounter: realization of a rite of recognition under the myth of authenticity. *Colloque Tourism Imaginaries*, 19 février, Berkeley, USA, Université de Californie.

Goodwin, H., 2010. Still more concerns about the Global Sustainable Tourism Criteria. University of Leeds, Londres.

Grosspietsch, M., 2005. Tourism and Fair Trade, Sustainable Development through Tourism, Münster

Kalisch, A., 2001. Tourism as Fair Trade, NGO Perspectives. Tourism Concern, Londres.

Mowforth, M., Munt I., 2008. *Tourism and Sustainability: Development, Globalization and New Tourism in the Third World*, Taylor & Francis, Londres, 424 p.

Olivier de Sardan, J.-P. (1990a). Sociétés et développement. *In : Sociétés, développement et santé.* D. Fassin et Y. Jaffré. Paris, Ellipses/Aupelf: 28-37.

Olivier de Sardan, J.-P. (1990b). "Populisme développementiste et populisme en sciences sociales : idéologie, action, connaissance." *Cahiers d'Etudes africaines*, 30(120): 475-492.

Olivier de Sardan, J.-P. (1995). *Anthropologie et développement. Essai en anthropologie du changement social.* Paris, Khartala, 221 p.

Olivier de Sardan, J.-P. (2010). "Le culturalisme traditionaliste africaniste. Analyse d'une idéologie scientifique." *Cahiers d'Etudes africaines*, L(198-199-200): 419-453.

Roux, S. (2009). De quelques dynamiques contemporaines en anthropologie du tourisme francophone. *Cahiers d'Etude Africaines*, XLIX (193-194), 595-602

Schéou, B. (2008). *La problématique de l'interculturalité dans la construction d'une offre de tourisme équitable : plaidoyer pour une voie métisse.* Second Rendez-Vous

- Champlain, juin 2008, Québec, Téoros / Presses de l'Université du Québec, 103-113.
- Schéou, B. 2009. *Du tourisme durable au tourisme équitable : quelle éthique pour le tourisme de demain ?* De Boeck, Bruxelles, 350 p.
- Seif J., 2002. Facilitating Market Access for South Africa's Disadvantaged Communities and Population Groups through "Fair Trade in Tourism"., IUCN-South Africa, Johannesburg, 5 p.
- Seif J., 2009. Proposal to develop Fair Trade Travel to South Africa as a pilot project to test the feasibility of an International Fair Trade label for travel and tourism. FTTSA, Pretoria.
- Seif J., Spenceley A., 2007. Assuring Community Benefit in South Africa through 'Fair Trade in Tourism' Certification. *In : Quality Assurance and Certification in Ecotourism.* (R. Black et A. Crabtree eds.) Cabi, Londres, 241-265.