

Tourisme responsable : une labellisation des gros T.O en 2014 ?

La labellisation « tourisme responsable » des Tours Opérateurs de taille importante est annoncée pour 2014 ! Celle du [SNAV¹, présentée l'an dernier, fait du sur place](#) ! [1] :

Mais de quoi parle-t-on ?

- La certification est une procédure par laquelle un tiers indépendant vérifie, de façon continue, la conformité entre les activités de l'organisation et les règles issues de documents normatifs et référentiels.
- Le label représente le symbole officiel d'identification permettant à un groupement de professionnels (association, fondation, fédération ou organisme officiel) de garantir aux clients que ses membres respectent un cahier des charges contrôlé par un organisme interne ou externe.

Une des questions à se poser est : Que vaut un label en matière de tourisme responsable ?

La question essentielle de l'évaluation est récurrente. Non seulement elle coûte cher, mais elle doit vérifier des critères flous. Les grilles existantes ne proposent pas d'objectifs quantifiables à atteindre. L'évaluation demeure donc un obstacle véritable à la mise en œuvre d'une labellisation crédible qui serait reconnue par TOUS les acteurs du tourisme responsable.

Chez V.V.E, nous constatons que le client n'est pas toujours disposé à étudier des critères obscurs avant d'acheter son séjour et recherche avant tout du plaisir lors de ses loisirs !

Alors, les 15 voyageurs, membres de notre association préfèrent prouver au quotidien et sur le terrain que l'on peut allier tourisme responsable et plaisir.

Les séjours présentés sur vve-ecotourisme.com reflètent bien cette volonté.

Et le voyageur n'est pas dupe lorsque les engagements annoncés ne sont pas au rendez-vous ! Dans ce cas, la labellisation produit l'effet inverse de celui recherché : la suspicion, souvent légitime... Lire à ce sujet [cet article](#) [2].

Si les séjours sont conçus de manière responsable en amont, respectant les critères intangibles en matière de tourisme responsable, ont-ils besoin d'être validés par une labellisation ?

Limitation des déplacements, circuits courts et produits du terroir, guide compétent et diplômé, redistribution des richesses produites sur le territoire d'accueil, etc.

Voilà des actions tangibles, identifiables sur le terrain par tout voyageur un tant soit peu observateur et sensibilisé, notamment au moyen de [la charte du voyageur éco-responsable](#) [3].

Séjours, qui, in-fine offrent souvent un excellent rapport qualité / prix, et un fort taux de fidélisation.

Nous ne doutons pas que le marché de la labellisation des gros Tours Opérateurs puisse à terme devenir juteux ! Mais n'y a-t-il pas danger ?

V.V.E a déjà relayé un excellent article de [Bernard Schéou sur la question de la labellisation du tourisme responsable](#) [4], et donné son point de vue sur la question lors du 1^{er} Forum National du Tourisme Responsable (Chambéry – 2010). L'auteur y démontre que :

¹ Syndicat National des Agents de Voyages

« La norme sur laquelle se base toute certification a pour effet final, c'est son but, d'écarter tous ceux qui ne satisfont pas aux critères. De même que tous ceux au Nord comme au Sud, n'ont pas la capacité financière de faire face aux coûts qu'engendre la certification. »

Il affirme en outre, « la solution n'est pas technique, elle est éthique ».

Mais les tenants de la labellisation ont leur raison ! Car dans l'ombre, ce qui se profile, c'est un marché rémunérateur, celui des comités d'entreprises, qui, pour la plupart sont demandeurs d'une labellisation. Elle leur permet d'asseoir leur choix sur une reconnaissance officielle, conscients qu'ils n'ont aucune connaissance du marché, et de le justifier auprès des employés du groupe.

Par ailleurs, certains médias, notamment dans la sphère du bio, ou des guides de voyages, à la recherche d'informations sur la question du « voyager autrement » parlent de ces labels, sans même en connaître, ni la teneur, ni la valeur, leur offrant une promotion gratuite, non dépourvue d'intérêt pour ceux qui en bénéficient.

La motivation des tenants de la labellisation est par conséquent d'ordre purement commercial ! Et joue bien sur cette volonté d'exclure certains opérateurs de ce marché.

La position de V.V.E, rejoint celle de l'auteur de cet article sur les questions qu'il soulève, et n'a pas évolué depuis le 1^{er} FNTR, ou [l'article écrit pour Voyageons Autrement](#) [5], d'autant que depuis, nous avons pu assister in-vivo à certaines démarches de labellisation au sein de structures que nous connaissons très bien, pour être présentes sur nos territoires.

Nous avons pu constater qu'aucune amélioration, ni changement notoire ne s'étaient opérés suite à ces réalisations.

Ces labellisations ont donc pour principale conséquence de brouiller le message, occuper le terrain médiatique, confisquer les éléments de langage, et occulter les réalisations tangibles de ceux qui n'en ont pas besoin, pour avoir intégré des pratiques responsables dès la conception de leurs voyages.

Nous souhaitons rappeler ce qui suit : **il existe deux types d'engagements :**

- Ceux qui reposent sur des pratiques existantes, peu orientées vers les territoires d'accueil, et sont validés par une certification, ou une labellisation, dont la finalité est principalement d'ordre marketing.
- Et ceux qui reflètent concrètement des avancées et des résultats vérifiables sur le terrain.

A relire un [autre article](#)[6] sur la question. Il date de 2008 mais demeure totalement d'actualité :

Jean-Pierre Lamic y montre que les critères établis pour la certification ATR (Agir pour le Tourisme responsable) sont peu ou pas contraignants, qu'ils avalisent certaines situations existantes avant leur élaboration, et occultent des questions majeures, comme l'obligation légale d'employer des guides diplômés sur les territoires de montagne (y compris les volcans).

Là encore, aucune évaluation ou vérification de terrain ne vient étudier les conséquences de l'organisation des séjours sur les territoires.

Par conséquent, nous estimons que les chantiers à mettre en œuvre rapidement au niveau de la plupart des gros T.O vont bien au-delà d'une simple certification, et que leur « engagement » en matière de Tourisme responsable se doit d'être validé par des mesures quantifiables.

Nous énumérons ci-dessous quelques unes de ces priorités.

Volet social :

Réorganiser le marché du voyage : il est aberrant de laisser se côtoyer en permanence sur le même marché des produits qui font appel à un réel savoir-faire, et des packages d'invendus, bradés à des prix qui ne correspondent pas à la valeur intrinsèque des prestations qu'ils englobent. Les soldes sont encadrées et limitées dans toutes les activités commerciales du pays, sauf dans le voyage. Il est donc urgent d'instaurer une régulation en obligeant les vendeurs d'invendus à préciser la nature de leur package.

Revenir au « collier bar »² plutôt qu'au « all-inclusive » incluant les boissons gratuites à volonté. Cette mesure favoriserait les activités économiques locales en incitant les touristes à sortir des « eldorados » déconnectés du territoire dans lesquels ils se trouvent confinés.

Favoriser l'achat des denrées alimentaires, du mobilier, et des prestations en général au niveau local. Les politiques d'externalisation des services mises en œuvre depuis une vingtaine d'années ont considérablement diminué les retombées économiques au niveau local. De plus il existe aujourd'hui une réelle demande pour consommer les produits locaux. La nourriture internationale standardisée ne fait plus recette.

Organiser l'ancrage territorial des infrastructures nouvelles

C'est-à-dire associer les populations locales aux projets et à leur réalisation. Faire en sorte qu'ils s'inscrivent dans une dimension territoriale prenant en compte la capacité d'accueil, les ressources naturelles et humaines du territoire, et s'engagent à la préservation naturelle et patrimoniale dudit territoire.

Émissions de CO₂:

Opérer une réduction significative des déplacements dans les circuits, et cesser la course aux programmes qui veulent tout voir en un seul voyage. Course exacerbée en permanence par la concurrence à outrance que se livrent entre eux les T.O.

Cette mesure revient en outre in fine à mieux satisfaire la clientèle d'aujourd'hui, lassée des marathons touristiques.

Axer la communication sur des séjours de plus longue durée

Le point précédent implique de savoir reconsidérer la durée des séjours, laissant le temps à la visite, à la compréhension du territoire visité, et à la rencontre si elle est possible.

Repenser l'utilisation de l'aérien dans les programmes, plutôt que satisfaire sa bonne conscience en compensant les émissions de CO₂

En proposant des voyages utilisant au maximum les transports alternatifs à l'avion, moyen de déplacement qui, de loin, émet le plus de CO₂, et des séjours de proximité.

Gestion de l'eau :

Cesser de construire ou d'utiliser des infrastructures (hôtels, piscines, spas, golfs, bateaux de croisière, stations de ski suréquipées pour la production de neige artificielle), favorisant l'usage exagéré de l'eau dans les régions aux ressources limitées.

² Le collier bar permettait de payer sa boisson sans monnaie au Club Med avant la généralisation du tout compris : le « all-inclusive »

Mettre en place une information au public pour limiter l'usage de l'eau, partant du postulat qu'un touriste consomme en moyenne 300 litres d'eau / jour, contre 150 pour un citoyen français, ce qui est déjà beaucoup !

Cette liste ne présente bien entendu pas un caractère exhaustif. Néanmoins, rappeler ces quelques points facilement observables sur le terrain nous semble indispensable.

Vous conviendrez certainement que ces mesures seraient beaucoup plus efficaces que : réduire la distribution de pailles dans les bars des « tout compris », ou demander aux clients de garder leur serviette une journée de plus, ce qui n'empêche en rien l'utilisation des serviettes pour les piscines et spas...

Mettre en œuvre ces actions, se fixer des objectifs significatifs, parfois contraignants, à atteindre, constitueraient une véritable démarche vers un tourisme non pas durable, mais plus soutenable et responsable.

Une politique responsable passe donc en priorité par **des actions volontaires, concrètes, vérifiables et quantifiables**, plutôt que par des objectifs à la portée plus que limitée, définis ou non par une labellisation quelconque.

Gros T.O ou petite agence de voyages : là n'est pas le problème ! Certains critères intangibles peuvent être respectés par tous, pour peu qu'il existe une véritable volonté éthique, que l'on prenne en considération le territoire d'accueil, et les effets en retour de leur mise en tourisme.

Jean-Pierre Lamic, auteur de « Tourisme durable, Utopie ou Réalité ? » Editions L'Harmattan 2008, directeur de V.V.E, co-organisateur du [Forum National du Tourisme Responsable](#)

Pascal Lluch, consultant en écotourisme, guide accompagnateur de voyages et randonnées, gérant de [RandoPays](#).

Récapitulatif des liens :

[1] <http://www.tourhebdo.com/actualites/detail/71476/le-label-tourisme-durable-du-snav-en-stand-by-faute-de-financement.html>

[2] <http://veilletourisme.ca/2009/02/20/gare-au-greenwashing-votre-reputation-est-en-jeu-compte-rendu-de-conference/>

[3] <http://blogvoyagesecoresponsables.jimdo.com/l-association/les-chartes/>

[4] <http://blogvoyagesecoresponsables.jimdo.com/2009/04/22/certifications-la-panac%C3%A9/>

[5] <http://www.voyageons-autrement.com/la-labelisation-deux-questions-a-jean-pierre-lamic-vve>

[6] <http://blogvoyagesecoresponsables.jimdo.com/2008/08/20/veille-info-tourisme/>

Vous avez apprécié ce dossier complet sur la labellisation, et notre liberté de ton ?

Cette liberté est due au fait que V.V.E s'autofinance depuis 6 ans, ne doit donc rien à personne et n'est soumise à aucun lobby.

Vous souhaitez que cela puisse perdurer ?

Alors le meilleur moyen c'est d'[adhérer](#)

Tous droits réservés ; copyright : V.V.E