

**les sommets**  
**du tourisme**  
chamonix mont-blanc



**5ème Prix des Sommets du Tourisme 2005**

**PROJET**  
**«Promouvoir le tourisme solidaire et communautaire »**  
**PEROU-EQUATEUR**

[Culturecontact@free.fr](mailto:Culturecontact@free.fr)

# SOMMAIRE

<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>3</b>
<b>DESCRIPTION DU PROJET .....</b>	<b>3</b>
PROBLÉMATIQUE ET ÉLÉMENTS DE CONTEXTE : .....	3
OBJECTIF GLOBAL : .....	4
OBJECTIFS SPÉCIFIQUES : .....	4
PARTENAIRES LOCAUX : .....	4
1. <i>En Équateur</i> : .....	4
2. <i>Au Pérou</i> : .....	5
LES ATOUTS DU PROJET : .....	6
1. <i>Le développement économique local</i> : .....	6
2. <i>L'utilité publique</i> : .....	6
3. <i>Valorisation de l'identité et de la culture locale</i> : .....	7
4. <i>Gestion de l'impact environnemental</i> : .....	7
5. <i>Durabilité</i> : .....	8
FAIBLESSES ET PERSPECTIVES ENVISAGÉES : .....	8
1. <i>Manque de visibilité de l'offre</i> : .....	8
2. <i>Relative inexpérience de la communauté en matière de tourisme</i> : .....	9
3. <i>Manque de savoir-faire en matière de gestion de projet</i> : .....	9
4. <i>Ressources insuffisantes pour la réalisation se certains projets d'utilité publique</i> : .....	9
<b>GESTION DU PROJET : .....</b>	<b>10</b>
MOYENS MOBILISÉS : .....	10
1. <i>les moyens humains</i> : .....	10
2. <i>les moyens matériels</i> : .....	10
3. <i>Les financements</i> : .....	10
LE CALENDRIER DE RÉALISATION : .....	10
SUIVI DES PROJETS : .....	11
<b>CONCLUSION : .....</b>	<b>12</b>

## **INTRODUCTION**

Culture Contact est une jeune association qui s'est donné pour mission de soutenir des projets de tourisme solidaire et communautaire par l'organisation de voyages et leur promotion auprès des publics occidentaux.

Chaque année, les chiffres<sup>1</sup> du tourisme témoignent de la vitalité de ce secteur en plein essor.

En effet, le nombre de voyageurs ne cesse de croître et est appelé à augmenter encore considérablement. Néanmoins force est de constater que les retombées économiques de cette activité restent largement concentrées dans les pays du nord.

D'autre part, nous avons déjà pu constater les nombreux effets pervers qu'un tourisme de masse peut entraîner tant en terme d'impact environnemental qu'en terme d'impact humain. À une époque où les problématiques énergétiques, les risques climatiques et les tensions économiques et politiques occupent le devant de la scène, les questions d'équité, de respect et de bien commun ne peuvent être éludées.

Ainsi, si le tourisme s'avère un outil de développement économique et culturel à prendre en compte dans le contexte actuel d'accroissement de la pauvreté et de tendance à l'uniformisation des sociétés.

Il se doit de rester un outil parmi d'autres associé aux activités traditionnelles des populations locales. L'aménagement de structures d'accueil et le montage de produits touristiques doivent se faire en concertation étroite avec les autochtones, voir de leur propre initiative, afin de limiter les déséquilibres immanquablement engendrés par l'arrivée de touristes et de devises.

Ce sont ces constats qui ont amené l'association Culture Contact à faire le choix de travailler avec des partenaires locaux, porteurs de projets collectifs et dont les bénéficiaires vont à la communauté villageoise en fonction des besoins identifiés et entérinés ensemble.

## **DESCRIPTION DU PROJET**

### **Problématique et éléments de contexte :**

Plusieurs études ont pointé l'émergence d'une nouvelle demande en matière de produit touristique, demande de transparence, de solidarité, d'éthique. Une offre correspondante se développe localement dans de nombreuses régions du monde. Toutefois il semble que ces initiatives nouvelles connues sous les terminologies, d'écotourisme, de tourisme solidaire, de tourisme responsable, de tourisme durable (...) ne bénéficient pas d'une visibilité suffisante pour répondre à la demande susmentionnée.

Face à ce constat, Culture Contact a choisi de rencontrer les acteurs locaux porteurs de projets touristiques solidaires et écologiques pour monter avec eux des parcours attractifs pour les voyageurs et assurer leur promotion le plus largement possible.

Les premières investigations ont été menées dans deux pays d'Amérique du Sud, l'Équateur et le Pérou. Chaque projet touristique a été évalué à l'aide d'une grille d'analyse portant à la fois sur des éléments contextuels socio-économiques ainsi que sur l'origine, la faisabilité et les modalités de mise

---

<sup>1</sup> Les prévisions de L'OMT (Organisation mondiale du tourisme) misent sur un doublement du nombre actuel de touristes en 2010 (1,2 milliards de personnes).

en oeuvre de ces projets.

Dans chaque pays, l'association a identifié ses partenaires locaux dont un partenaire coordinateur responsable de l'ensemble du parcours qui réunit plusieurs projets de communautés différentes.

### **Objectif global :**

« Promouvoir le tourisme solidaire et communautaire, via l'organisation de voyages » (extrait des statuts de l'association). Encourager les initiatives citoyennes dans le pays d'accueil du voyageur comme dans celui dont il est originaire et valoriser un tourisme à échelle humaine capable de concilier les dimensions économiques, sociales, culturelles et environnementales.

### **Objectifs spécifiques :**

- Contribuer au financement des infrastructures d'accueil et de la professionnalisation des acteurs locaux
- Accompagner les porteurs de projets en terme de méthode et d'acquisition de savoir-faire
- Soutenir les projets coopératifs engendrés par la dynamique collective
- Favoriser le tissage de lien entre les communautés porteuses de projets de tourisme alternatif
- Susciter une large prise de conscience des enjeux du tourisme solidaire et communautaire

### **Partenaires locaux :**

Pour mettre en oeuvre un projet de tourisme solidaire et communautaire, il est impératif de s'appuyer sur des partenaires locaux en mesure de mettre en oeuvre la logistique indispensable pour garantir le bon déroulement du séjour.

Les partenaires avec lesquels nous avons choisi de travailler répondent tous à des critères de transparence, de gestion collective, de respect de la culture et de l'environnement. Leurs projets s'inscrivent dans une perspective de développement socio-économique durable et se fondent sur une dynamique territoriale citoyenne et diversifiée.

Culture Contact s'engage à leurs côtés pour promouvoir leur offre et soutenir les projets d'actions locales qui souhaitent impulser.

#### 1. En Équateur<sup>2</sup> :

Culture Contact travaille avec les communautés rurales de la vallée de Manduriacos, les communautés indigènes Quechuas du Haut Napo (Amazonie) et la communauté Quechuas de Salasaca dans les Andes. Le Comité d'écotourisme de Manduriacos est le partenaire coordinateur.

#### **- Le comité d'écotourisme de Manduriacos :**

Suite à l'implantation d'une mine d'or sur la commune de El Corazon en 2000, et face à la chute des prix des produits agro-alimentaires cultivés traditionnellement dans la vallée, une partie des habitants ont souhaité diversifier leur source de revenus et se sont tournés vers le tourisme.

Le 27 octobre 2004, le comité a obtenu l'agrément du ministère du tourisme équatorien en tant que « structure à but non lucratif ayant pour objectif de promouvoir et de consolider les initiatives

---

<sup>2</sup> Programme du voyage voir annexes jointes au dossier

touristiques communautaires de la vallée de Manduriacos ».

L'association est gérée par un bureau élu par les adhérents qui se réunissent tous les premiers dimanche du mois pour décider des orientations du projet.

Le comité s'intègre dans une dynamique locale très active et travaille en lien étroit avec d'autres projets. Ainsi, les voyageurs sont invités à visiter les coopératives agricoles et artisanales mises en place pour répondre à la crise économique qui touche durement les petits producteurs. Le comité d'écotourisme fait aussi partie de la fondation qui gère la réserve de forêt primaire Los Cedros qui constitue un attrait touristique de première importance. Il s'associe à la lutte de l'association « Frente de lucha por la vida » contre la mine d'or et ses répercussions sur la santé des habitants et sur le milieu, en organisant des formations en environnement pour les populations locales. Il a participé au financement du comité de santé qui a aménagé un dispensaire et rémunère un infirmier permanent. Le dynamisme et les qualités d'organisation du comité nous ont amené à le choisir pour coordonner l'ensemble du parcours équatorien.

– **Ricancie** (Red Indigena de Comunidades del Alto Napo para Convivencia Intercultural y Ecoturismo)

À l'instar de Manduriacos, c'est la lutte contre un projet d'implantation pétrolière qui a rassemblé la population de cette région amazonienne du Nord-Est de l'Equateur. Forts de leur réussite, puisque le projet est abandonné en 1993, les militants décident de mettre à profit leur volonté collective pour créer une structure touristique. Actuellement 8 communautés indigènes quechua participent à ce programme d'écotourisme. Elles disposent des infrastructures nécessaires pour accueillir les touristes et développent des activités autour de l'artisanat, de la culture et de la forêt amazonienne. Caractérisée par une démarche de professionnalisation active, Ricancie organise des formations au métier de guide et d'accueil touristique. De plus, le réseau a monté une agence de vente à Tena, capitale et principale destination touristique de la province qui leur permet de développer la commercialisation de leurs produits en direct.

– **Asociacion Rural Indigena Patuloma Grande**

Les indigènes Salasaca sont organisés en 22 communautés. L'association touristique avec laquelle nous travaillons fait partie de la communauté de Patuloma Grande et émane d'une coopérative de tissage. Les débouchés de la vente des productions artisanales et agricoles devenant insuffisants, les coopérants ont choisi de développer un programme touristique en lien avec ces activités traditionnelles. Ainsi ils se sont dotés d'infrastructures d'accueil et proposent aux visiteurs de découvrir les plantes tinctoriales, de s'initier au filage et au tissage mais aussi de découvrir le site volcanique au creux duquel se situe leur village. Une partie des bénéfices générés par le tourisme est reversée pour des projets éducatifs et sanitaires.

Ce projet encore jeune et peu assuré est très demandeur de suivi et d'accompagnement. Les liens tissés avec Manduriacos et Culture Contact sont en ce sens extrêmement importants pour consolider leur entreprise.

## 2. Au Pérou<sup>3</sup> :

Culture Contact travaille avec les communautés rurales de Yucay dans la vallée sacrée des Incas et les communautés du Lac Titicaca. L'agence Sayhuas de Yucay est le partenaire coordinateur.

---

<sup>3</sup> Programme du voyage voir annexes jointes au dossier

### **- Sayhuas :**

Créée en juin 2004, cette petite agence familiale est née de la volonté de mettre en oeuvre un autre tourisme fondé sur la rencontre et source d'un mieux vivre pour les populations locales. En effet, témoins de l'impact du tourisme de masse sur certaines localités voisines et de la faiblesse des retombées économiques pour les autochtones, ils souhaitent que cette activité génère des revenus alternatifs directs et valorise leur patrimoine culturel et environnemental. Une partie des bénéfices générés sera reversée pour des projets locaux à vocation éducative, sociale ou sanitaire.

Le choix d'une gestion transparente et un professionnalisme remarquable en termes de qualité d'accueil et de réactivité ont conduit Culture Contact à choisir Sayhuas pour coordonner le parcours péruvien.

### **- Cedesos (Centro para el desarrollo sostenible)**

Cedesos est une ONG péruvienne créée dans le but d'apporter des réponses aux déséquilibres environnementaux et socio-culturels de la région de Puno, au bord du lac Titicaca. Le tourisme rural et écologique leur a semblé un outil adapté au contexte socio-économique local. Cinq techniciens originaires de la péninsule de Capachica dispensent des formations aux communautés et les aident à monter des microcrédits pour financer les aménagements nécessaires pour accueillir les voyageurs.

L'initiative est porteuse d'autonomie pour les communautés locales qui s'affirment en tant qu'acteurs indépendants et soucieux de leur cadre de vie dans un contexte où le tourisme de masse a déjà entamé son processus de corruption des équilibres socio-économiques et environnementaux. En ce sens, les femmes jouent un rôle de premier plan. Responsables de l'accueil, du logement et de la nourriture, leur action canalise une énergie familiale source d'expression d'une volonté collective.

## **Les atouts du projet :**

### 1. Le développement économique local :

L'ensemble des projets auxquels Culture Contact s'est associée visent à apporter des solutions alternatives à l'érosion progressive des revenus des populations autochtones dans un contexte économique mondial de plus en plus agressif et destructeur des équilibres traditionnels. Ainsi, tant en Équateur qu'au Pérou, les petits producteurs ne parviennent plus à écouler leurs marchandises à un prix correct et on assiste à l'émigration des hommes et des jeunes vers les zones urbaines, voir à l'étranger.

Or, le concept touristique instaurés par ces communautés est conçu pour générer un maximum de retombées locales. Outre les emplois directement créés pour répondre aux besoins liés à l'accueil des touristes, cette activité entraîne une dynamique collective porteuse d'emploi dans les domaines de l'agro-alimentaire, du bâtiment, de l'éducation, de l'artisanat, de l'environnement ...

Les revenus générés permettent de réactiver l'esprit d'entreprise et de freiner l'exode massif. Cet élan, porté de façon collective, touche à tous les domaines d'activité et toutes les catégories de la population. Notamment les femmes qui s'avèrent particulièrement présentes et entreprenantes.

Il convient d'être attentif aux déséquilibres qui peuvent être générés par un nouveau flux de devises et veiller à la préservation de la diversité des activités. Le tourisme ne peut être le seul moteur de l'économie et les revenus générés doivent être calculés en fonction du niveau de vie locale.

### 2. L'utilité publique :

Inscrite dans une dynamique collective et participative, l'activité de tourisme solidaire et communautaire est porteuse d'un modèle social démocratique. Un pourcentage des bénéfices engendrés par l'activité touristique est investi dans des projets d'utilité publique. Le choix de l'action à mener prioritairement résulte d'une décision collective, prise au cours de réunions publiques en fonction des besoins exprimés par la population. Ainsi, le tourisme contribue à financer ici un dispensaire, là une crèche, ailleurs un système d'aspersion collectif ou une école rurale et sa cantine ... Chacun des partenaires associés à notre travail participe de cette démarche solidaire. Il s'agit non pas d'une condition apportée par Culture Contact, mais d'une caractéristique liée à l'essence même de ces projets. Elle constitue un préalable à notre action commune. Ainsi notre association apporte son soutien aux décisions communautaires et suit la mise en oeuvre et la réalisation de ces projets. Une telle démarche est indispensable si l'on souhaite inscrire le projet dans la durée. En effet, il permet l'appropriation du projet par l'ensemble des habitants. Les risques de rejet et de fracture sociale sont donc fortement atténués puisque le projet tient compte des opinions des différentes catégories socio-professionnelles.

### 3. Valorisation de l'identité et de la culture locale :

La culture, à travers ses manifestations artistiques, culinaires, vestimentaires, linguistiques, architecturales, constitue l'un des attraits majeurs des programmes touristiques mis en oeuvre par les communautés. En effet, il s'agit là d'une demande clairement identifiée de la part des voyageurs qui recherchent l'authenticité et la rencontre.

En équateur et au Pérou, les populations indigènes ont été sérieusement malmenées et souffrent, encore à l'heure actuelle, d'une discrimination sociale notoire. L'intérêt porté à leurs traditions et à leur mode de vie permet de réveiller et de revaloriser des pratiques ancestrales oubliées ou rejetées. Ainsi, les communautés avec lesquelles nous travaillons ont entrepris des recherches sur leur histoire et revendiquent le droit à leur culture, notamment par le biais des écoles bilingues.

Ces démarches ne les enferment pas dans le passé mais leur permettent de se projeter dans le futur et de retrouver une identité collective porteuse.

Tout cela passe par le respect de l'hôte et de son mode de vie. Les voyages organisés par Culture Contact mettent en avant le respect et l'échange pour un enrichissement mutuel.

### 4. Gestion de l'impact environnemental :

Au même titre que la culture, l'environnement, la variété de sa faune et de sa flore, sa beauté préservée des destructions humaines, sont des atouts considérables à valoriser dans les programmes touristiques pour répondre aux attentes des visiteurs.

Dans le cas des communautés avec lesquelles nous travaillons, nous avons pu observer que le tourisme peut être à la fois un outil pour contrecarrer des projets néfastes pour l'environnement et un moteur de changement de comportements pour sa préservation.

Ainsi, les revenus générés par l'activité touristique permettent de faire front à des entreprises polluantes, telles que les mines d'or et d'argent, les exploitations pétrolières et forestières. En effet, dans un contexte de pauvreté exacerbé, le rapport de force est souvent biaisé et l'implantation de ces sociétés généralement étrangères à lieu en dépit du coût humain et environnemental qu'elle représente. Les emplois créés par le tourisme sont parmi les meilleurs arguments pour y faire face.

D'autre part, l'accueil des voyageurs entraîne une prise de conscience et une évolution des comportements. La propreté du village et de ses abords devient essentielle. La biodiversité doit être

préservée pour pouvoir satisfaire la curiosité des visiteurs. Il est de bon ton de pouvoir affirmer que l'on cultive sans intrant chimique et que la chasse est contrôlée. Les guides se forment à la connaissance de la faune et de la flore locale ainsi que de ses usages traditionnels qui, à l'instar de la culture, avaient tendance à se perdre, balayés par la modernité. Ces changements sont souvent accompagnés par des associations qui mettent en place des ateliers d'éducation à l'environnement. Culture Contact encourage les communautés à se doter d'aménagements écologiques pour gérer les déchets et la qualité de l'eau.

Néanmoins, le visiteur lui-même reste un facteur aggravant des déséquilibres environnementaux notamment par la surconsommation des ressources. Culture Contact s'attache à préparer le voyageur pour que conscient de cet impact, il le limite par des gestes simples et un respect accru.

## 5. Durabilité :

La permanence de telles initiatives résulte d'un savant équilibre entre développement économique et gestion socio-économique et environnementale du territoire car qui dit tourisme dit souvent surexploitation des richesses locales, qu'elles soient culturelles, naturelles, humaines... Les questions de la qualité de la prestation, de l'accès à l'emploi, de l'équité, de la régulation du nombre de visiteurs, du maintien de la diversité des activités, de la réalisation et du suivi des infrastructures, de la gestion collective avec des procédures de contrôle qui garantissent son fonctionnement, sont toutes liées à la pérennisation harmonieuse de l'activité.

Les partenaires avec lesquels Culture Contact travaille ont été choisis parce qu'ils partagent certaines valeurs et ont accepté de signer une charte tripartite<sup>4</sup> qui les engage aux côtés de Culture Contact et des voyageurs pour donner à leur entreprise les atouts professionnels, humains et environnementaux indispensables à la mise en oeuvre d'une activité durable.

Une évaluation continue fait partie du projet, elle repose sur des bilans réguliers tant pour suivre l'évolution des chiffres de vente et de la répartition des bénéfices que l'impact en termes de création d'emplois, de santé, de scolarisation, de qualité des eaux, de biodiversité, bref de qualité de vie.

## **Faiblesses et perspectives envisagées :**

### 1. Manque de visibilité de l'offre :

Pour que ces projets tiennent leurs promesses, il est impératif qu'ils soient connus nationalement et internationalement afin que les touristes s'y rendent. Cette notoriété repose sur la visibilité et l'adéquation de l'offre à la demande. Actuellement, même si nous restons dans le cadre d'un tourisme à petite échelle, le nombre de voyageurs reste insuffisant au vu des efforts engagés pour proposer un cadre d'accueil commode et convivial.

Ainsi, il est essentiel que le projet soit reconnu et qu'il s'intègre dans le marché du tourisme alternatif. Hors, le niveau d'information et de lien des structures locales avec les réseaux de tourisme de leur pays ou de l'étranger, est très variable d'une communauté à l'autre. Certaines sont déjà organisées en réseau comme le comité d'écotourisme de Manduriacos ou Ricancie tandis que d'autres ne possèdent qu'une connaissance limitée du contexte économique et social dont elles émanent.

Souvent cette méconnaissance est liée au caractère émergent du projet ou à son isolement notamment par manque de moyens de communication.

---

<sup>4</sup> Voir annexes jointes au dossier

Culture Contact intervient sous quatre angles complémentaires pour faire connaître largement ces projets auprès des publics potentiellement intéressés et pour les aider à s'inscrire dans les réseaux de tourisme équitable :

- l'accompagnement dans la conception, la mise en oeuvre et le suivi du programme touristique et de l'aménagement des infrastructures en fonction des attentes des voyageurs et de leurs retours.
- la mise en oeuvre d'une stratégie de communication pour faire connaître les projets (site Internet, brochures, conférences ...)
- la veille informative et l'incitation à l'établissement de liens avec les acteurs du tourisme alternatifs notamment par la mise en place des parcours qui réunissent plusieurs initiatives.
- la sensibilisation des voyageurs occidentaux au tourisme solidaire et communautaire

## 2. Relative inexpérience de la communauté en matière de tourisme :

Le savoir-faire en matière d'accueil et d'offre touristique est variable d'une communauté à l'autre.

Certaines disposent de guides professionnels et ont mis en place différentes formations pour l'accueil, la cuisine et les activités. Elles donnent une assurance aux villageois parfois intimidés par les groupes de touristes. Culture Contact encourage ces initiatives qui facilitent les relations et la convivialité.

Subsiste néanmoins une difficulté, celle de trouver des guides bilingues locaux.

Culture Contact envisage d'impulser la professionnalisation de jeunes guides autochtones en insistant notamment sur l'importance de l'apprentissage des langues étrangères dont le français. Il s'agit là d'un critère important dans le cadre de voyages axés sur la rencontre sachant que Culture Contact a choisi de ne pas envoyer d'accompagnateur bilingue pour maximiser localement les retombées. Une telle démarche est en parfaite adéquation avec l'objectif de durabilité et d'autonomie qui sous-tend l'action de notre association.

## 3. Manque de savoir-faire en matière de gestion de projet :

La mise en place d'un projet touristique à vocation de développement socio-économique nécessite une projection à long terme avec la capacité d'hierarchiser les actions à mettre en oeuvre et de gérer le suivi et l'évaluation dans la continuité, tant d'un point de vue financier que technique. Culture Contact favorise cette démarche dans le cadre du partenariat engagé puisque nous attendons des retours réguliers en terme de répartition des bénéfices, de l'état d'avancement des projets et de la participation collective. Pour pouvoir répondre à notre demande, les communautés engagées doivent nécessairement se doter des outils et des procédures qui leur permettent de dresser les bilans attendus avec un maximum de rigueur et de transparence.

Certains de nos partenaires ont déjà mis en place ce type de fonctionnement. D'autres sont demandeurs et Culture Contact peut les assister dans la construction de leurs propres outils de gestion collective. Cette approche renforce considérablement les entreprises locales dans une perspective de développement durable.

## 4. Ressources insuffisantes pour la réalisation de certains projets d'utilité publique :

Les ressources générées par l'activité touristique restent limitées et la mise en oeuvre d'actions concrètes peut en être considérablement retardée. Or, autant dans une perspective d'encouragement qu'en fonction du caractère d'urgence de l'action, il peut s'avérer indispensable de trouver d'autres

sources de financement. D'une part pour améliorer l'offre et donc les retombées potentielles du projet. D'autre part pour améliorer les conditions de vie de la population et stimuler l'esprit d'entreprise porteur d'initiatives qui favorisent le développement local. Dans cette optique Culture Contact pourra procéder au montage de dossiers spécifiques en vue d'obtenir des fonds complémentaires.

## **GESTION DU PROJET :**

### **Moyens mobilisés :**

#### 1. les moyens humains :

Les membres fondateurs et les bénévoles de Culture Contact ainsi que les partenaires locaux ont clairement affirmé leur volonté de s'impliquer activement dans ce projet. Pour mener à bien la mission que nous nous sommes fixée, nous disposons donc de compétences en matière de direction et d'animation de projet, d'anthropologie socio-culturelle, de pédagogie, de tourisme, de communication et de marketing.

#### 2. les moyens matériels :

Pour pouvoir mettre en oeuvre la stratégie de communication préconisée, Culture Contact devra se doter de matériel technique : ordinateur portable, imprimante, vidéo-projecteur ... Et de supports papier et informatique : brochures, affiches, site Internet, dossiers de presse ... Autant d'éléments qui impliquent un coût de production et de diffusion pour lesquels l'association devra trouver des financements.

#### 3. Les financements :

Pour la poursuite et la pérennisation de ses actions, Culture Contact devra trouver des financements auprès de plusieurs partenaires :

Quelques pistes ont été identifiées :

- la coopération française pour le développement
- plusieurs fondations
- le ministère de la culture français
- la mission pour le mécénat des caisses des dépôts et consignations
- les institutions équatoriennes et péruviennes
- ...

### **Le calendrier de réalisation :**

Notre projet s'inscrit dans la durée voici les grandes lignes des premières étapes réalisées et envisagées pour l'année en cours et les deux ans à venir

#### **Premier trimestre 2005 :**

- étude de marché
- montage du projet
- création de l'association Culture Contact

#### **Deuxième trimestre 2005 :**

- identification des partenaires potentiels et premiers contacts
- voyage d'étude : repérage du contexte socio-économique, évaluation des partenariats potentiels, conception collective des parcours péruviens et équatoriens

#### **Troisième trimestre 2005 :**

- bilan du voyage d'étude
- création du site Internet
- organisation et promotion des voyages test en Équateur et au Pérou

#### **Quatrième trimestre 2005 :**

- voyages test et recueil d'informations complémentaires auprès de partenaires
- affinage de nos programmes

#### **Premier semestre 2006 :**

- conception et mise en oeuvre de la stratégie de communication et de commercialisation des parcours
- recherche de financements pour les projets d'utilité publique validés lors du voyage test

#### **Second semestre 2006 :**

- poursuite de la commercialisation des voyages
- bilan de l'année et suivi des projet locaux

#### **Premier semestre 2007 :**

- pérennisation et développement de la vente des programmes
- recherche de financement pour de nouveaux projets identifiés et validés
- choix de nouvelles destinations, identification de partenaires locaux et premiers contacts

#### **Suivi des projets :**

Notre projet et ceux de nos partenaires locaux s'inscrivent dans une perspective de développement durable. Il importe de mener une évaluation continue basée sur des indicateurs quantitatifs et qualitatifs. Cette vigilance est indispensable pour confirmer la qualité des programmes proposés, pour vérifier la cohérence, la pertinence et la durabilité des choix mais surtout pour garantir le caractère solidaire, communautaire et écologique des projets soutenus.

Nous évaluerons à la fois l'impact de notre promotion et l'impact socio-économique, culturel et environnemental du tourisme pour nos partenaires.

Voici quelques indicateurs sachant que chaque projet aura des indicateurs spécifiques que nous ne détaillerons pas ici :

#### **D'un point de vue quantitatif :**

- nombre de voyageurs

- nombre de visites sur le site Internet
- présence sur des sites Internet référents dans le domaine
- nombre de projets montés localement
- nombre de bénéficiaires du projet (individus, familles, communautés...)
- nombre d'installations d'équipement sanitaire
- nombre de personnes ayant suivi une formation
- nombre d'emplois créés
- fonds obtenus
- ...

**D'un point de vue qualitatif :**

- satisfaction des voyageurs
- satisfaction des populations locales
- connaissance de l'offre de tourisme alternatif
- réactivité des partenaires
- appartenance à un réseau de tourisme alternatif
- ...

**CONCLUSION :**

A la question posée, « peut-on rendre le tourisme à la fois plus humain et plus compétitif ? », nous répondons résolument : « oui »

La réflexion qui nous a mené à construire ce projet en partenariat avec des acteurs locaux soucieux de leur insertion dans un contexte économique global mais attachés à des valeurs humaines, culturelles et environnementales essentielles pour l'avenir de la planète, corrobore cette affirmation.

En effet, le tourisme est un secteur d'activité en pleine expansion. Nous sommes chaque année plus nombreux à voyager. Cette progression peut être à la fois une source importante de devises, un levier de développement et un facteur de rapprochement interculturel si elle s'accompagne de mesures aptes à préserver les équilibres sociaux et naturels.

Ainsi si certaines formes de tourisme impliquent une surexploitation des ressources et ne génèrent que des retombées très partielles dans les pays du sud, des expériences alternatives se multiplient. Ces nouvelles formules se préoccupent d'éthique, de respect des hommes et des milieux, de la pérennisation de leur activité. Elles proposent des produits de qualités, il y en a pour toutes les bourses. Cette offre correspond aux attentes d'un large public demandeur de contact avec les populations locales, sensibilisé aux problématiques sociales et environnementale et souhaitant rester en petit groupe<sup>5</sup>.

Dès lors, si un tourisme à échelle humaine inscrit dans une perspective d'équité et de durabilité se développe, qu'il correspond à la demande des voyageurs et que cette demande va croissant, nous sommes autorisés à penser qu'il s'agit là d'une formidable opportunité à saisir.

---

<sup>5</sup> Rapport d'étude de l'UNAT « le tourisme solidaire vu par les voyageurs français » mars 2005

L'essentiel est de permettre à la demande de rencontrer l'offre, aux communautés qui mettent en oeuvre ces projets de se faire connaître. En effet, quand on demande aux personnes intéressées pourquoi elles ne sont jamais parties avec de tels programmes touristiques, elles répondent majoritairement, par manque d'occasion ou d'information<sup>6</sup>. Ce constat nous amène à penser qu'une large promotion de ses initiatives associée à des « campagnes » de sensibilisation devrait porter ses fruits.

En ce sens, le voyage éthique n'est pas une entreprise hasardeuse et charitable, mais bien un projet d'avenir qui réunit les aspirations de voyageurs et de leurs hôtes et nous autorise à croire que le tourisme peut contribuer à un rééquilibrage des forces en vue d'un développement durable.

---

<sup>6</sup> Idem (5)