

	BUREAU INTERNATIONAL DU TOURISME SOCIAL INTERNATIONAL BUREAU OF SOCIAL TOURISM OFICINA INTERNACIONAL DEL TURISMO SOCIAL	 <div data-bbox="1323 94 1550 283" style="float: right; border: 1px solid white; border-radius: 50%; padding: 5px; text-align: center;"> <b>français</b>  <b>english</b>  <b>español</b> </div>
	<h2 style="color: orange;">La déclaration de Montréal 1996</h2>	
<h3 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Organisation</h3>	<h3 style="color: white;">POUR UNE VISION HUMANISTE ET SOCIALE DU TOURISME</h3>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Qu'est-ce que le BITS?</li> <li>Statuts</li> <li>Déclaration de Montréal</li> <li>Organigramme</li> </ul>	<p>Préambule</p> <p>Une haute ambition face aux défis de l'exclusion et de l'intégration. Articles 1 et 2</p> <p>Les atouts du tourisme social pour demain</p> <p>Faiseur de société. Articles 3 et 4</p> <p>Facteur de puissance économique. Articles 5, 6 et 7</p> <p>Acteur de l'aménagement du territoire et du développement local. Articles 8, 9 et 10</p> <p>Partenaire des programmes de développement mondial. Articles 11 et 12</p> <p>Les critères d'identification du tourisme social. Articles 13, 14 et 15</p> <p>Conclusion</p>	
<h3 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Actualités</h3>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bulletin mensuel</li> <li>Magazine</li> <li>Calendrier</li> <li>Communiqués</li> </ul>		
<h3 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Carrefour des membres</h3>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Découvrez les membres</li> <li>Services aux membres</li> </ul>		
<h3 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Tourisme des jeunes</h3>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Concepts et définitions</li> <li>Qui fait quoi dans le tourisme des jeunes</li> <li>Membres du BITS spécialisés dans le tourisme des jeunes</li> <li>Commission de travail du BITS sur le tourisme des jeunes</li> <li>Références bibliographiques</li> <li>Calendrier d'événements</li> <li>Projet FRIJ</li> </ul>	<p><b>Que signifie aujourd'hui</b> le tourisme social dans le monde? Comment les acteurs du tourisme social se perçoivent-ils? Quelles-sont leurs convictions et leurs ambitions?</p> <p><b>A partir de la réalité d'aujourd'hui</b>, quels-sont les enjeux et les perspectives à l'orée du 3ème Millénaire?</p> <p><b>Il y a 25 ans déjà, le BITS affirmait</b>, dans la Charte de Vienne, les dimensions sociales, culturelles, politiques et économiques du tourisme: fait fondamental de notre temps.</p> <p><b>L'Organisation Mondiale du Tourisme</b>, quant à elle, confirmait solennellement, dans sa Déclaration de Manille, les objectifs du tourisme social.</p> <p><b>Que signifiera demain le tourisme social?</b> Tel est l'enjeu de la Déclaration de Montréal.</p> <h2 style="color: orange;">1. LE TOURISME SOCIAL :</h2> <h3 style="color: orange;">Une haute ambition face aux défis de l'exclusion et de l'intégration.</h3>	

## Aujourd'hui dans un monde

- où les pays les plus riches se heurtent à des pannes de croissance qui laissent en chemin des populations cumulant difficultés et handicaps, sources de graves dérèglements sociaux,
- où, la maîtrise scientifique et technique de l'information s'accompagne d'une croissance sans emplois et ouvre des champs d'action culturelle et sociale encore insoupçonnés,
- où de grands ensembles économiques se constituent dans une logique libérale livrée à elle-même,
- où des pays se développent rapidement s'ouvrant à des possibilités de tourisme intérieur,
- où d'autres pays, voire des continents, sont maintenus dans une pauvreté choquante,
- où partout se revendique la recherche du sens,
- dans ce monde là, le tourisme est en forte progression. On constate un accroissement spectaculaire des déplacements d'affaires et de loisirs, l'ouverture des frontières, la diversification des destinations, des innovations dans les moyens de communication et de transport.

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

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

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

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

## 2. LES ATOUTS DU TOURISME SOCIAL POUR DEMAIN. Le tourisme social: "faiseur de société"

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

Elle doit se traduire par la recherche et la mise en oeuvre des moyens de réaliser cet objectif: définition de politiques sociales du tourisme, création d'infrastructures, développement des systèmes d'aides aux personnes moins favorisées, sensibilisation et formation du personnel, etc.

Des initiatives modestes, intégrées dans un plan global, peuvent souvent, autant que des projets de masse, être "faiseurs de société".

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

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

## **Le tourisme social : facteur de puissance économique**

**Art. 5.** S'adressant à toutes les classes et à tous les âges, le tourisme social accueille et déplace des centaines de millions d'individus à travers le monde. Partie prenante de l'économie sociale et solidaire, le tourisme social offre et offrira de plus en plus une chance économique exceptionnelle.

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

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

**Art. 7.** Tous les acteurs du développement touristique sont soumis aux mêmes exigences. Dans leurs fonctions d'entrepreneurs, de gestionnaires d'équipements, de producteurs ou d'accompagnateurs de voyages, d'éducateurs ou d'animateurs de loisirs, ils sont des agents économiques, soumis aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance. La poursuite d'un objet social est directement dépendante d'une gestion exemplaire et de l'amélioration des résultats.

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

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

- de concilier développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité de la population locale;
- d'apporter de nouveaux moyens à des régions souvent délaissées;
- d'aménager des sites avec la volonté de ne pas en dilapider les ressources;
- de générer des bénéfices économiques, sociaux et culturels pour la population locale.
- Comme le tourisme est, à l'échelle mondiale, l'un des principaux moteurs à la mise en valeur de nombreuses régions, il ne saurait, en aucun cas, être prétexte à l'envahissement incontrôlé des sites ni à l'acculturation et à l'exploitation des populations.

**Art. 9.** Le tourisme peut et doit constituer un espoir pour de nombreuses économies

fragiles. La préservation naturelle des sites ne saurait, en aucun cas, servir de prétexte à l'accaparement privilégié au profit de quelques-uns.

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

### **Le tourisme social : partenaire des programmes de développement mondial**

**Art. 11.** La Conférence de Stockholm sur la population et l'environnement, les programmes des Nations Unies et la Conférence de Rio, entre autres, ont clairement identifié la responsabilité des générations actuelles quant aux limites de la croissance. Le tourisme - maîtrisé et respectueux des sites et des populations - constituant un des espoirs économiques, sociaux et culturels de nombreuses régions en voie de développement, les opérateurs actuels et futurs du tourisme social sont et seront disponibles pour imaginer des programmes d'aménagement, bâtir des montages juridiques et financiers, contribuer à la gestion, à la formation et à l'animation de toutes actions d'aménagement touristique prévus dans les programmes de développement mondial.

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

### **3. LES CRITÈRES D'IDENTIFICATION DU TOURISME SOCIAL.**

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

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

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

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

6. La gestion du personnel respecte les lois sociales, est valorisante et intègre une formation continue adaptée.

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

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

**Quels que soient les efforts accomplis et les succès constatés, il ne pourra exister de tourisme social significatif et durable sans la définition et le maintien dans la durée de véritables politiques sociales du tourisme, aux plans régional national et international.**

**Les acteurs du tourisme social entendent collaborer activement à la conception et à la mise en oeuvre de ces politiques. Fidèle à ses origines et face aux réalités d'aujourd'hui et aux défis de demain, le BITS entend consacrer tous ses efforts à promouvoir une vision sociale et humaniste du développement touristique. Il invite à y participer tous ceux que passionne l'avenir des hommes et des femmes à travers le monde.**

©2002 Tous droits réservés, BITS.