



Tourisme solidaire

Analyse de l'offre des voyagistes



SOMMAIRE

INTRODUCTION

1) NOTES PREALABLES

- a) Panel
- b) Méthodes
- c) Conventions et avertissements

2) ANALYSE DES RESULTATS

- a) Les voyageurs
- b) Les projets solidaires
- c) Les destinations programmées
- d) Les produits
- e) Communication

3) PRECONISATIONS

- a) Les initiatives à retenir
- b) Les points négatifs à éviter
- c) Les axes possibles de développement

4) ANNEXES

- a) Tableau de données des destinations
- b) Liste des voyageurs étudiés
- c) Fiches d'analyse des voyageurs

INTRODUCTION

Dans le cadre de leur démarche collective, les acteurs du réseau Aremdt partagent la volonté de structurer et promouvoir un tourisme solidaire vers les destinations partenaires du pourtour méditerranéen. Pour ce faire les associations locales, ONG ou voyageurs contribuent à la mise en tourisme des territoires en proposant des programmes de voyages solidaires. Ces initiatives doivent être soutenues par un réseau de distribution et de promotion permettant de solliciter les voyageurs potentiels. Il nous a paru important pour mieux y parvenir d'évaluer les produits proposés au regard de l'offre existante.

Cette étude a pour objet d'identifier les tendances de l'offre touristique en matière de voyages solidaires. Quelles destinations ? Quelles formes de voyages ? Quelles sont les propositions faites aux voyageurs solidaires ? Quelle place occupe la Méditerranée aujourd'hui dans ce secteur d'activité ? Les destinations partenaires d'Aremdt sont-elles déjà programmées ? Par qui ?

L'exploitation des données recueillies contribuera à mieux positionner les voyages solidaires partenaires et à dégager des axes de réflexion pour la commercialisation et la diffusion de ces programmes

1 - NOTES PREALABLES

L'étude repose sur l'analyse des sites internet de 40 voyageurs s'affichant comme acteurs du tourisme solidaire.

a) Choix du panel :

Plus de 70 sites internet ont été consultés. La sélection d'un échantillon de 40 structures s'est opérée à partir de 3 critères préétablis :

- Structure témoignant d'une activité de voyageur ou d'agence de voyages
- Organisation basée en France
- Démarche solidaire de développement local à l'égard d'une au moins des destinations proposées

Dotés par définition des trois critères exposés ci-dessus, les membres de l'Atès (mentionnés sur le site officiel de l'Association) ont été systématiquement inclus. D'autres organismes se présentant comme organisateur de voyages solidaire ont été ajoutés afin de dresser un panorama plus global et le plus objectif possible. Aucune distinction n'a été effectuée quant au volume de passager, au statut, ou aux destinations programmées. Le parti pris de cette approche était d'obtenir une photographie de l'offre à disposition des voyageurs potentiels qui cherchent à se renseigner sans connaître les acteurs.

L'ensemble des voyageurs recrutés ont été trouvés par moteur de recherche en utilisant les mots clés associés au tourisme solidaire. Les sites portail de réseaux ont été une source importante : Atès, VVE, ATR, Uniterre, Archimède, DePart

b) Méthode :

Une grille d'analyse a été conçue en amont pour permettre une comparaison objective et pour palier à la grande diversité de structuration de l'information.

Le but premier a été d'inventorier les destinations et programmes proposés, sans tenir compte de la validité ou qualité des contenus.

c) Conventions et avertissements :

L'organisation de l'information étant très hétérogène, certaines conventions ont dû être fixées :

- Le découpage géographique des destinations répond à la répartition physique des 5 continents, les notions de moyen orient, méditerranée, Asie du sud est etc... n'ont pu être prises en compte.
- Les « destinations-région » (ex : Andalousie, Crète, Ladakh...) ont été inventoriées par pays.
- Pour ne pas fausser les statistiques pour les voyages combinés, seul le pays d'arrivée est pris en considération.
- Utilisation de la mention « Non communiqué » (NC) quand l'information n'a pas été trouvée

Avertissements :

- Le nombre de programmes identifiés correspond aux programmes structurés avec les partenaires locaux et proposés aux voyageurs, non au nombre de voyages effectués.
- Les programmes non mentionnés sur les sites internet sont par défaut exclus de l'analyse.
- En aucun cas les résultats obtenus ne peuvent donc être considérés comme un inventaire exhaustif de l'offre.

2 ANALYSE DES RESULTATS

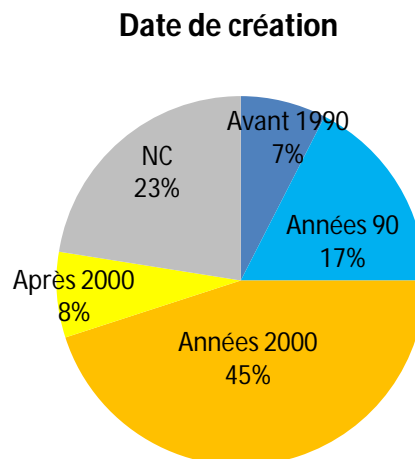
a) Les voyageurs

En étudiant la localisation des structures on peut constater que même si une certaine concentration demeure sur les bassins, Paris, Lyon, Marseille, ce type d'activité a tendance à se déployer sur l'ensemble du territoire. Cela traduit l'importance des initiatives associatives plus enclines à répondre à des logiques éthiques qu'économiques (plus nécessairement assujetties au besoin de concentration urbaine).

Ce phénomène est confirmé par le statut adopté par l'ensemble des structures : **75 % des voyageurs étudiés sont des associations**. Ce secteur de l'économie du tourisme s'intègre

(mais pas systématiquement) dans le panorama de l'ESS. La part de l'implication bénévole demeure importante dans le fonctionnement d'un grand nombre.

Par ailleurs, il est intéressant de noter l'aspect récent de ce secteur d'activité. **Plus de 50 % des structures ont vu le jour après l'année 2000.** Cela témoigne d'une sensibilisation relativement récente dans l'histoire de l'économie du tourisme, des acteurs et du public et laisse envisager des perspectives d'évolution plutôt encourageantes.



b) Les projets solidaires

La notion de « tourisme solidaire » se conjugue logiquement avec « projets solidaires ». Cette combinaison est portée comme valeur structurelle pour la plupart des voyageurs étudiés. Cependant on décèle très vite une grande diversité dans l'appropriation et la mise en œuvre de ces concepts de développement.

Les frontières sont floues et les messages véhiculés confus entre tourisme solidaire, écotourisme et tourisme responsable... Si toutes ces formes de tourisme sont animées par une éthique commune de prise de responsabilité et de respect à l'égard des destinations visitées (hommes, cultures et environnement), l'engagement concret dans le développement local n'est pas toujours interprété de la même manière. La frontière entre les retombées économiques directes du voyage et l'allocation de soutien spécifique est parfois floue. On rencontre de nombreux cas de figure :

- Chaque programme est associé à un projet local
- Plusieurs programmes sur une même destination contribuent à un projet local
- Plusieurs programmes vers des destinations différentes alimentent un projet phare sur une des destinations
- La contribution se limite à une collaboration stricte avec les structures locales

Les informations mises à disposition des internautes sont de ce fait très diverses en la matière et ne présentent pas toujours le même degré de transparence quant aux engagements financiers. Trois grandes catégories se distinguent :

- **Les voyageurs qui exposent en toute transparence la répartition du prix du voyage par des graphiques clairs.**

Plusieurs critères entrent en jeu dans les modes de calcul selon s'ils tiennent compte ou pas du transport international, selon s'ils présentent une répartition globale de leur activité ou si celle-ci est calculée plus précisément pour chaque voyage

- **Les voyageurs qui expliquent leur démarche en annonçant les modalités de financement des projets.**

L'information est plus ou moins détaillée mais se rapporte plus généralement à l'ensemble des voyages. Elle annonce soit le taux du pourcentage reversé, soit le montant arrêté selon un barème préétabli. Certaines associations apportent une contribution par un versement annuel global et/ou par les dons effectués par les membres.

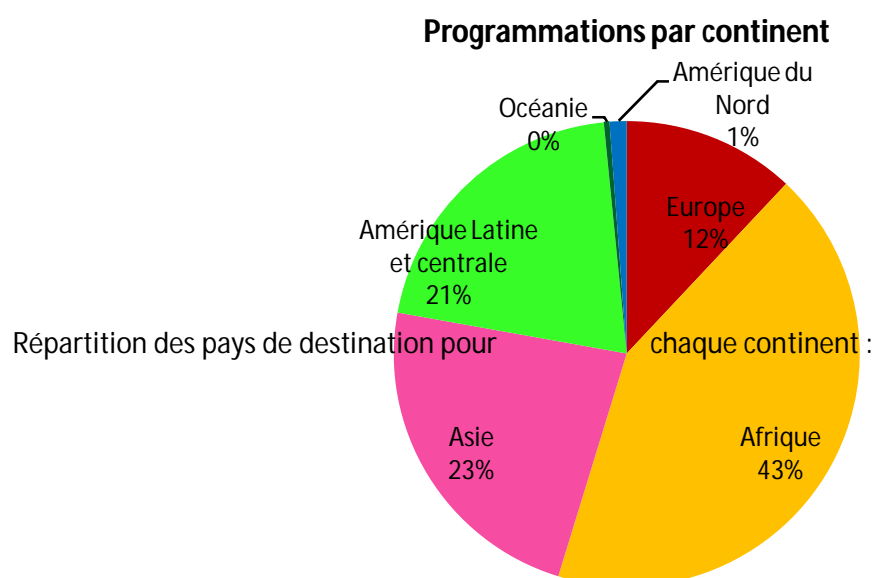
- **Les voyageurs qui ne transmettent aucune information**

A noter que Les deux premières catégories représentent 75% des voyageurs étudiés.

Le détail des projets et des collaborations avec les structures locales (ONG, associations, communautés villageoises, familles ou voyageurs...) n'est pas systématique

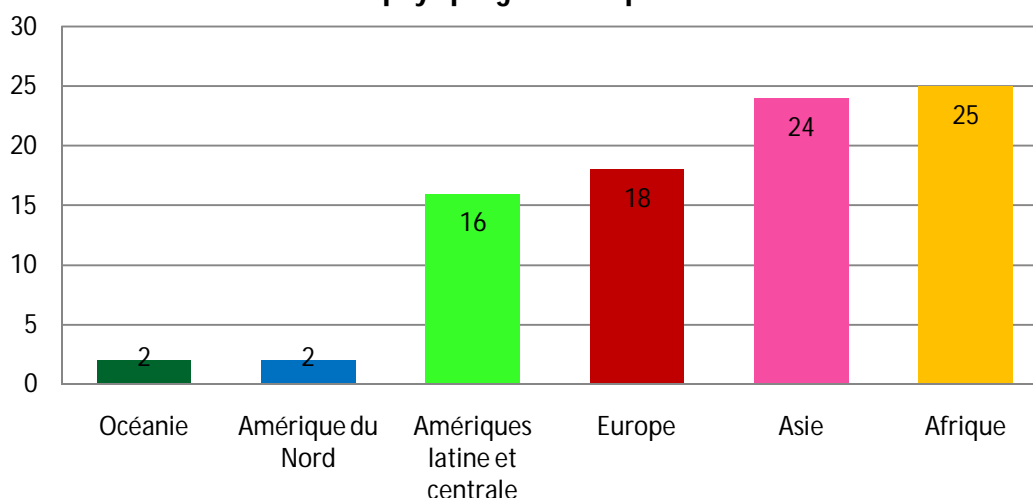
c) Les destinations programmées

La programmation des voyages solidaires étudiée se porte sur les 5 continents, couvre au total 87 destinations, dont 18 en Méditerranée. 758 programmes ont été inventoriés



L'Afrique et l'Asie sont les deux continents offrant la plus grande diversité de destinations (56%). La programmation en Océanie et Amérique du Nord reste marginale.

Nombre de pays programmés par continents

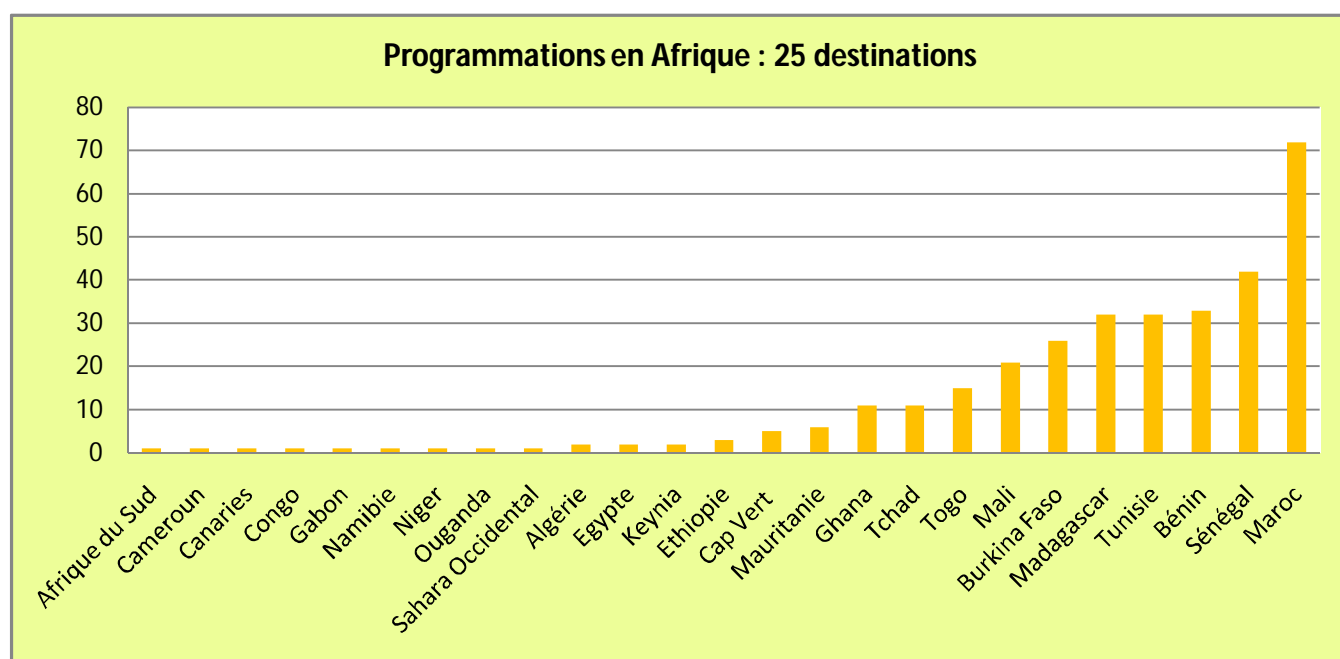
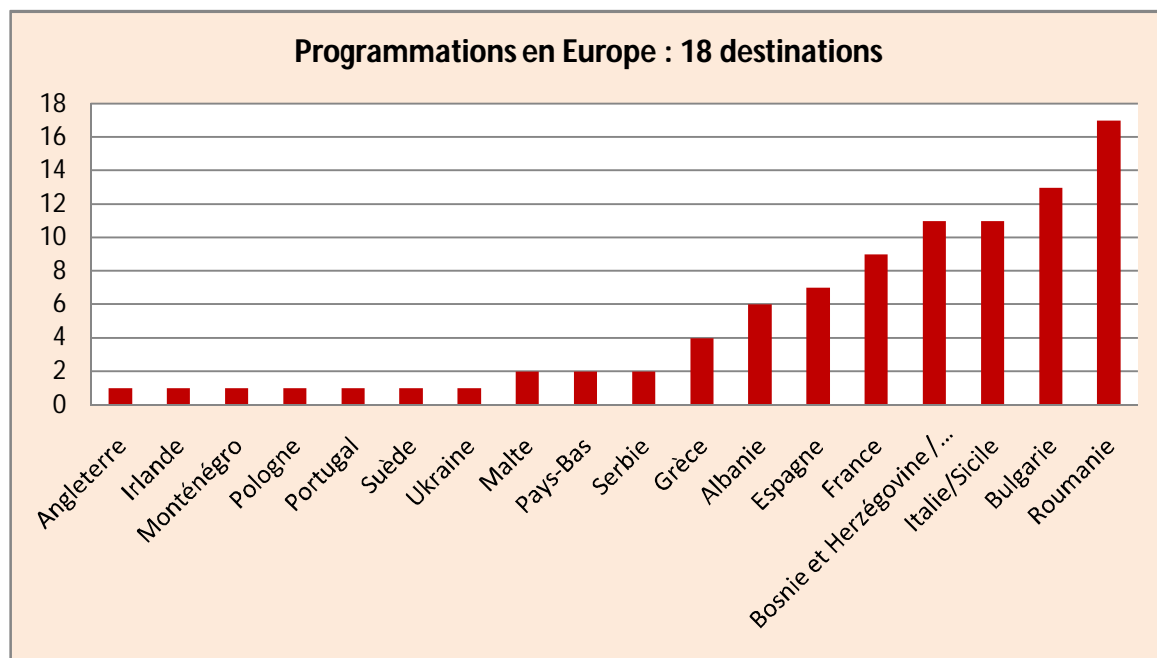


Une observation par continent permet de mettre en relief l'inégalité dans la répartition des programmes. 40 pays (près de 50 % de la programmation) ne font l'objet que d'une ou 2 propositions de voyage, traduisant des initiatives confidentielles liées aux rencontres et à l'histoire de la structure. Alors que **46 % des voyages proposés sont programmés vers 10 destinations** (avec plus de 20 programmes chacune), pays plus largement pourvus de structures (ONG, associations) et/ou organisations locales (communautaires, villageoise, familiales)

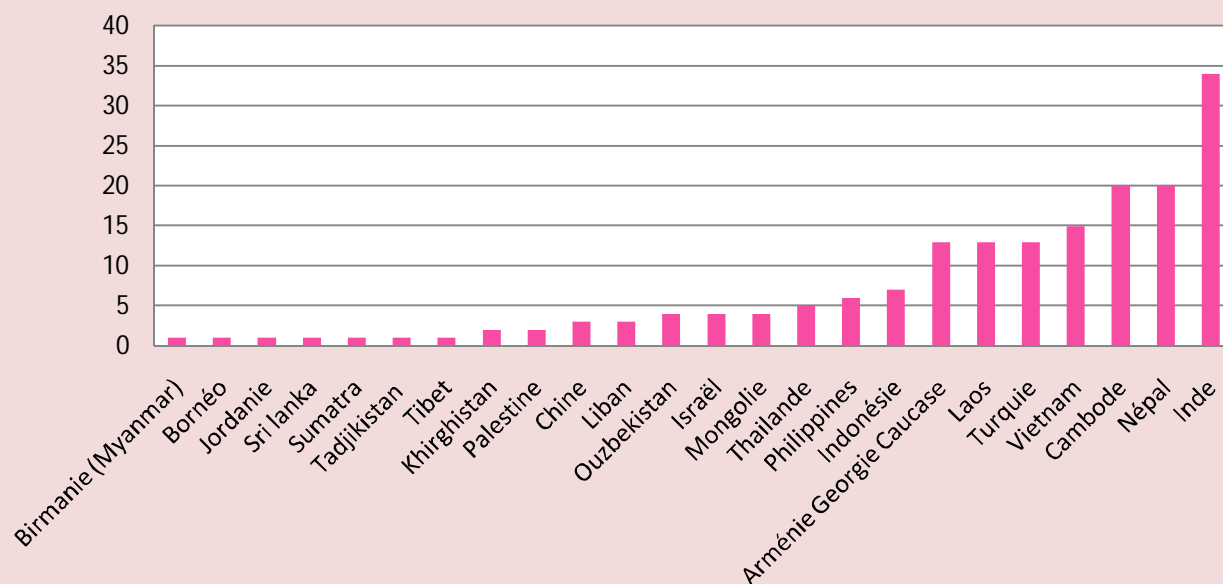
Pays	Nombre de programmation
Maroc	72
Sénégal	42
Inde	34
Pérou	33
Bénin	33
Tunisie	32
Madagascar	32
Burkina faso	26
Equateur	24
Mali	21

Il est important de rappeler que le nombre de programmes proposés ne correspond pas au nombre de voyages effectués. Par ailleurs certains voyagistes ont suspendu leur voyage dans les zones à risque en supprimant le programme de leur site internet d'autres l'ont conservé à titre d'information mais les départs sont compromis voire annulés. Le Mali par exemple fait l'objet usuellement de plus de programmations que le nombre affiché ci-dessus.

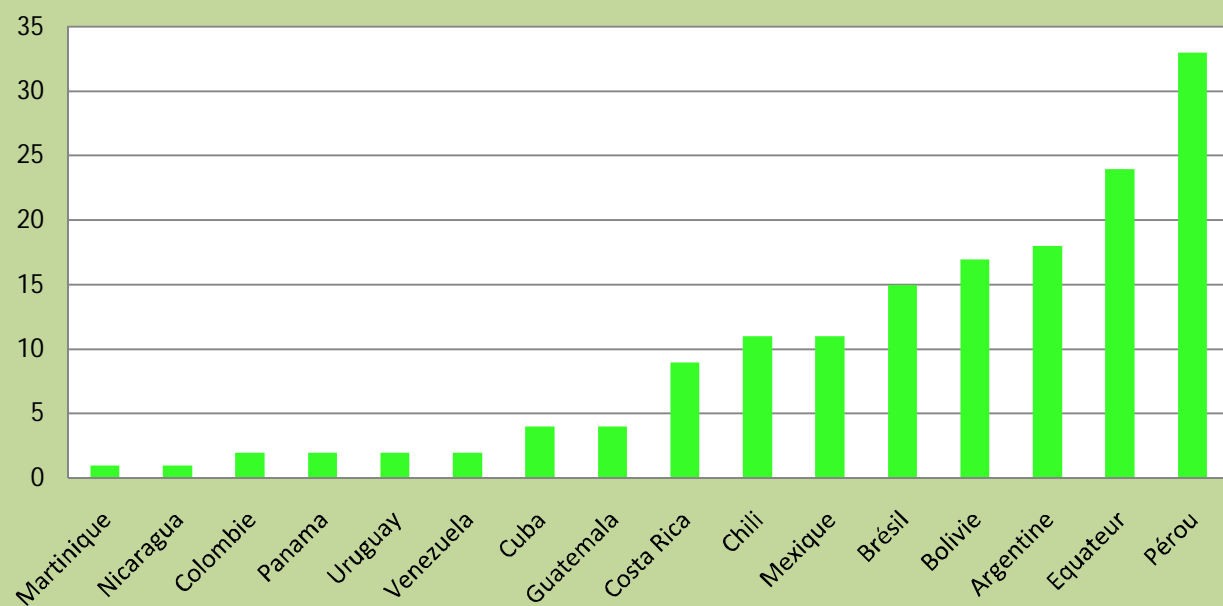
L'Afrique demeure le continent offrant le plus de pays et le plus de programme.



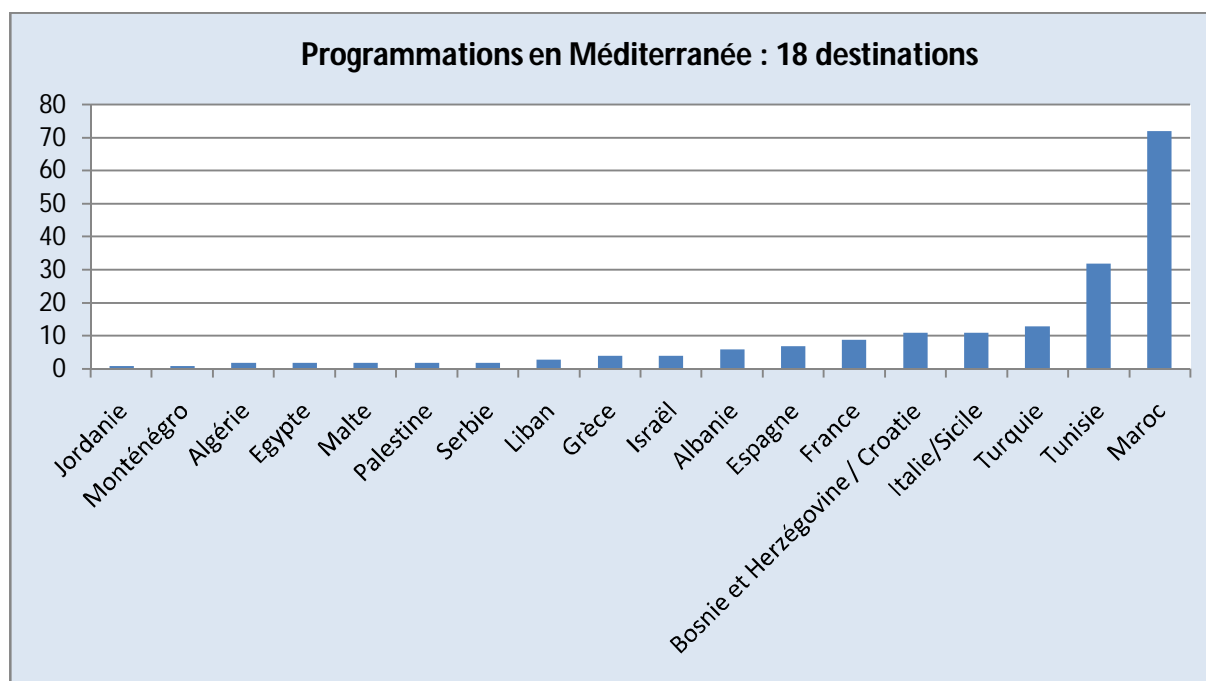
Programmations en Asie : 24 destinations



Programmations en Amériques latine et centrale : 16 destinations



Répartition des destinations du pourtour méditerranéen



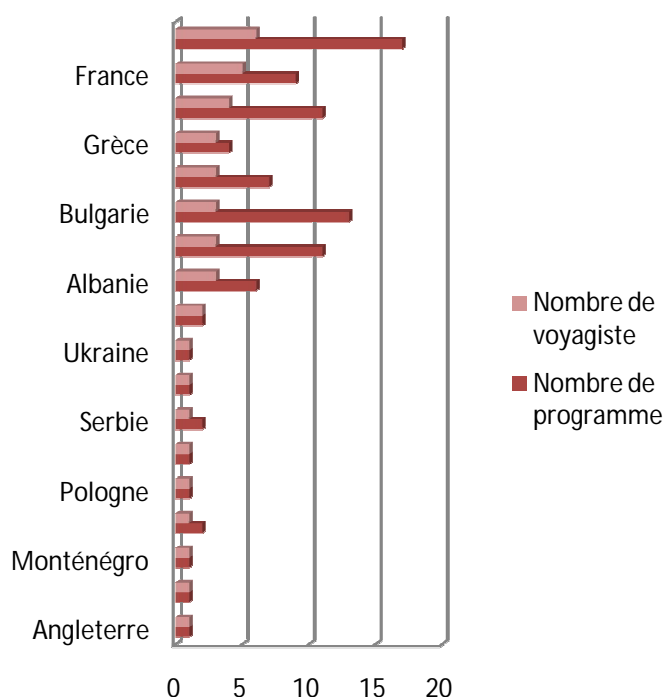
Dans la zone méditerranéenne, sur 18 destinations identifiées, 2 seulement se rangent dans le palmarès des 10 premières destinations programmées au niveau international.

Quelques points sont à souligner pour une bonne lecture :

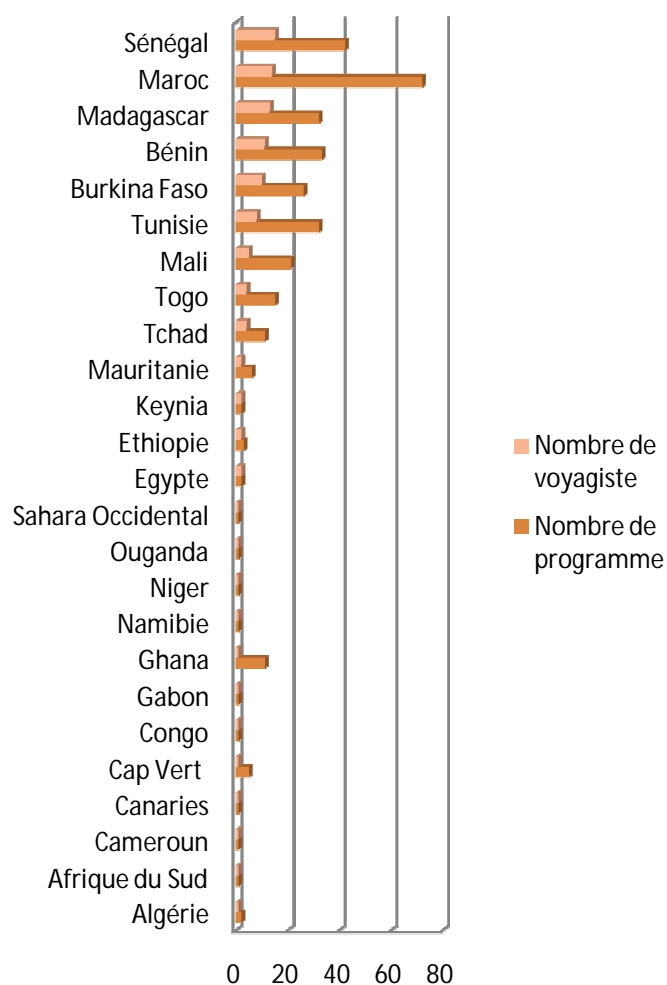
- La situation politique et économique sensible exerce un frein sur le développement de ces destinations
- Les voyages programmés en France ne concernent pas que la côte méditerranéenne et sa position doit être revue à la baisse.
- On peut remarquer que parmi les destinations qui offrent une très faible programmation dans le cadre de cette étude se distinguent des pays qui par ailleurs ont (ou ont connu) une très forte fréquentation touristique : Egypte, Grèce, Espagne, France... Ces pays ont une image touristique forte mais sont associés par défaut à un tourisme de masse.
- Maroc, Tunisie, et Turquie sont également de grands pays récepteurs du tourisme traditionnel mais demeurent en tête des programmes solidaires : un autre tourisme est possible ?

Il est intéressant de mettre en rapport le nombre de voyages programmés et le nombre de voyageurs qui les programment. On se rend compte alors que certaines destinations très programmées ne le sont pas forcément par un nombre aussi important de voyageur. Certains voyageurs se spécialisent et, impliqués plus spécifiquement dans un pays ils choisissent alors de diversifier leur offre sur cette destination.

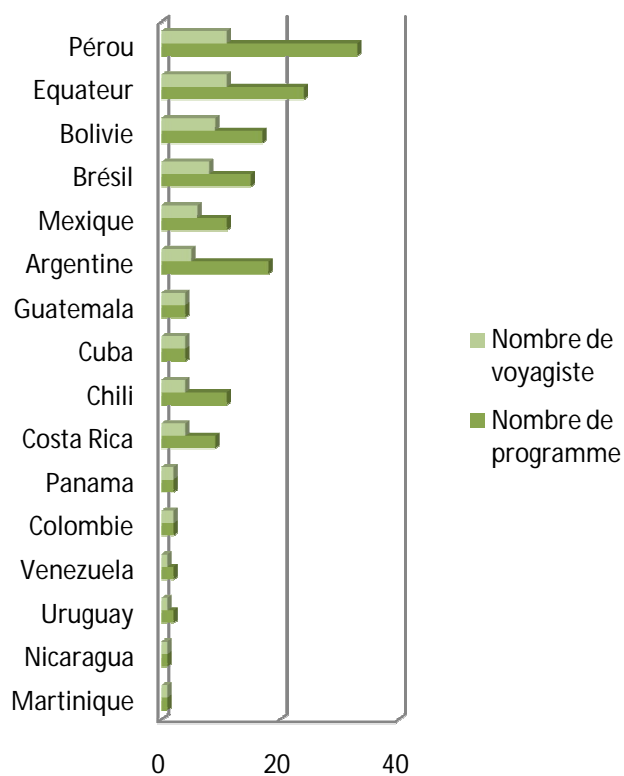
**Nombre de voyageur par destination :
Europe**



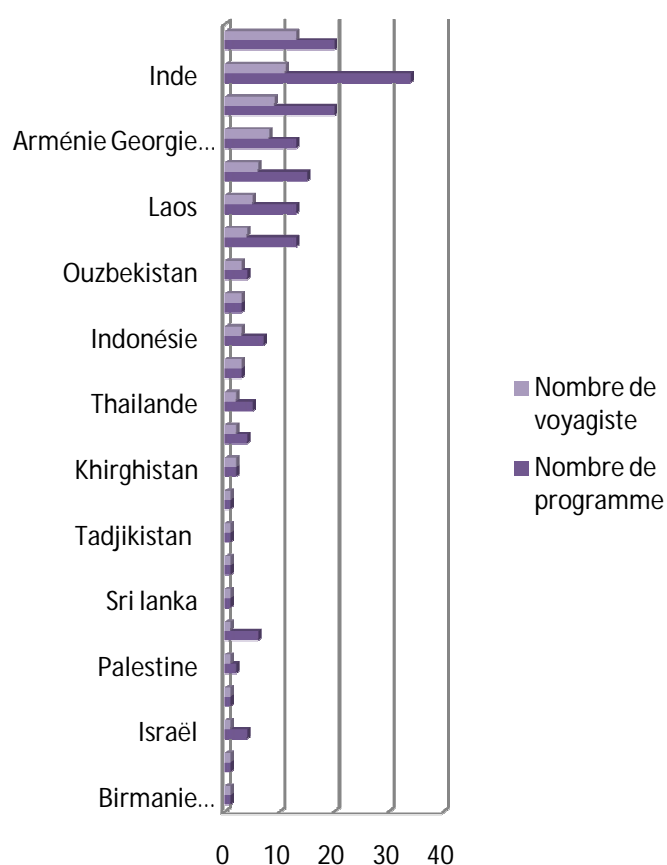
**Nombre de voyageur par destination :
Afrique**



Nombre de vogagiste par destination : Amériques latine et centrale



Nombre de vogagiste par destination : Asie



d) Les produits

a. Typologie

➤ Le transport

L'acheminement international, majoritairement aérien, est inclus dans le prix du voyage par le prestataire cependant plus d'un quart des voyageurs ont choisi de laisser cette responsabilité au voyageur. La distance n'est pas un critère, même les longs courriers peuvent être vendus sans transport.

Sur place, tous les moyens de locomotion locaux sont utilisés. Il n'est pas forcément aisé d'avoir recours aux transports en commun pour s'adapter aux programmes, on rencontre toutes les formules : minibus, taxi, voiture personnelle, 4X4, bateau, train, chameaux....

Le voyage à pied, plus considéré comme une activité qu'un moyen de transport, occupe une place importante en ce sens qu'il privilégie une lenteur en accord avec l'éthique des voyages.

On trouve aussi : « Excursions en quad dans le désert » (sic)

➤ L'hébergement

Toutes les formes d'hébergement traditionnel sont exploitées : hôtel, chambre d'hôte, gîte, bivouac, bungalow, éco-lodge, auberge... Une part importante est accordée au logement chez l'habitant, dans une logique de partage et de découverte.

Logement traditionnel ne veut pas dire précaire, et il n'est pas rare de lire des descriptifs « rassurants » à l'endroit des voyageurs sur la qualité et le confort des infrastructures. Voyage solidaire ne doit pas forcément rimer avec voyage galère.

On trouve aussi : « Hébergement en hôtel 4 étoiles, 552 chambres » (sic)

➤ L'accueil et l'accompagnement

D'une façon générale l'accueil est assuré par des équipes locales et des guides francophones.

Des accompagnateurs français s'ajoutent parfois au voyage pour veiller au bon déroulement du programme et des échanges. Ce choix apporte une sécurité pour certains touristes mais a pour effet de grever le coût du voyage.

Certains voyageurs dans le cadre de leur collaboration ont formé des agents locaux à leurs propres programmations et confient ainsi leur groupe à des accompagnateurs locaux certifiés.

➤ Durée

Les séjours en moyen-courrier (Europe, méditerranée) s'étendent en moyenne de 8 à 10 jours et de 10 à 22 jours en long-courrier. L'incitation à la durée pour les destinations lointaines apparaît au travers de quelques programmes de 25 à 30 jours.

On trouve aussi : « Séjour à New York – 4 jours » (sic)

➤ Formats

On retrouve tous les formats de voyage possible avec une tendance plus marquée pour les formules itinérantes de découvertes. Mais aussi des séjours permettant l'immersion dans un village avec excursions et activités. Dans la gamme des circuits, au-delà des traditionnels itinéraires motorisés sont programmés : treks, randonnées chamelières, descente des fleuves.

➤ Nombre de personne

De nombreuses formules peuvent être réalisées en individuel (ex : auto-tour) mais la majeure partie des programmes proposés sont prévus pour des groupes. La taille des groupes est un critère important, elle ne doit pas nuire à la rencontre. Généralement le maximum de participants est fixé à 10/12. *On trouve aussi : « Taille du groupe : 25 personnes maximum » (sic)*

b. Les cibles et spécificités

Ces programmes de voyages sont ouverts à tous cependant certains professionnels choisissent de s'adresser plus particulièrement à certaines catégories de clientèles :

- Les familles
- Les jeunes
- Les comités d'entreprise
- Les mairies
- Personnes en situation de handicap (programmes pour mal-voyant – ICD, Azimut)

Chaque voyageur se forge une identité propre pour se positionner sur le marché en personnalisant son offre en s'appuyant sur ses particularités, ses projets solidaires sa façon d'organiser les séjours, les thématiques abordés

➤ Des formules et concepts :

- Organisation de modules à la carte pour construire son propre voyage
- Séjours pédagogiques pour les scolaires
- Chantiers solidaires
- Voyages d'entreprise
- Programme de préservation de la faune ou de la flore
- Mission sur un des pôles d'intervention suivie d'un programme d'excursion
- Organisation d'événement (Ex : « Festival des cultures sahariennes 2012 » – La Saharienne, « La caravane solidaire » - Afro Tiga)
- Mise en place de grands jeux rallye pour visiter les villages et les sites de manière alternative et insolite (Libertalia)

➤ Des thématiques :

- Dessin (Apprendre à regarder, élaboration d'un carnet, accompagnement par un artiste)
- Sophrologie/ Bien être / Yoga
- Astronomie
- Cuisine
- Art et artisanat (activités et échanges artistiques)

➤ Des engagements :

- Prise en charge de la compensation des gaz à effet de serre émis pour chacun des voyages (Label Co2 – Azimut). Information auprès des voyageurs pour les inciter à s'engager dans des programmes
- Rencontres, week-end préparatoires avec les voyageurs en amont du départ
- Importance accordée au développement des femmes

e) Communication

- Message, identité

Les mots clés utilisés sont révélateurs du positionnement :

- Les moyens de diffusion de l'information

Lettre d'information

Flux RSS

Réseaux sociaux

Vie associative : rencontres, conférence

Salons, manifestation

3 – PRECONISATIONS

- a. Les axes possibles de développement

4 - ANNEXES

- a. Tableau de données des destinations
- b. Liste des voyageurs étudiés
- c. Fiches d'analyse des voyageurs