Kit des porteurs de projet de tourisme équitable et solidaire

2020

INTRODUCTION

Le tourisme équitable et solidaire connaît un essor régulier depuis quelques années. De nombreux porteurs de projets s'y engagent, désireux de concilier une activité professionnelle et une démarche éthique et solidaire. Des associations de solidarité internationale développent cette activité pour diversifier leurs sources de revenus et celles des populations bénéficiaires. Cependant, les premiers pas peuvent s'avérer difficiles sans un accompagnement spécifique et une vision claire de ce que suppose le lancement d'un tel projet.

Vous souhaitez créer votre organisme de tourisme équitable et solidaire et avez besoin d'appui ?

Vous êtes une jeune association de tourisme équitable et vous souhaitez vous professionnaliser ?

Vous êtes une association de solidarité internationale et souhaitez développer des activités génératrices de revenus dans les régions où vous intervenez ? Vous souhaitez diversifier vos sources de revenus grâce au tourisme ?

Le kit d'orientation des porteurs de projet de l'ATES a été pensé comme une boîte à outils vous permettant de créer ou de renforcer votre activité touristique de manière pérenne et en adéquation avec la législation française. Ce kit vous permettra notamment d'avoir accès à :

- Des informations sur la législation touristique française
- Des conseils pour créer votre business plan
- Des outils pour créer des partenariats durables
- Des clés pour bien communiquer et cibler votre marché
- Un répertoire d'acteurs pour trouver les bons interlocuteurs et partenaires pour vous aider dans votre projet

Cet ouvrage est une publication de l'ATES, Association pour le tourisme équitable et solidaire. Toute reproduction est interdite.

Dernière mise à jour—Septembre 2019

LE SECTEUR DU TES

Les définitions

Le secteur du tourisme alternatif comprend de nombreux concepts : tourisme équitable, tourisme solidaire, tourisme durable, etc.
Dans le cadre de la création de votre activité, bien connaitre les différences entre chacun de ces concepts vous permettra de mieux positionner votre activité et de vous mettre en lien avec les bons interlocuteurs. Néanmoins ces concepts ne sont pas clos, de nombreuses passerelles existent entre chacun.

Tourisme Equitable

Le tourisme équitable consiste à appliquer au tourisme les principes du commerce équitable. L'objectif est d'assurer aux populations locales vivant sur et à proximité des lieux touristiques le revenus générés par ce secteur et de les impliquer totalement ou en partie dans la mise en place de ces activités. Les projets touristiques sont mis en place par la communauté locale elle-même ou par un tiers organisme en partenariat avec les habitants.

Source: http://babel-voyages.com

Quelle différence entre tourisme solidaire et « tourisme humanitaire » ?

FOCUS

Depuis quelques années, des agences de voyages se spécialisent dans le tourisme humanitaire. Mais de quoi s'agit-il ? En quoi cette forme de tourisme est-elle différente du tourisme solidaire ? Le tourisme humanitaire induit une participation à des projets de solidarité dans les pays visités. Il peut s'agir de donner des cours dans une école, de participer à des projets de reconstruction après à une catastrophe naturelle, etc. et ceci sur une courte durée. Sur ce point, le tourisme humanitaire se distingue du volontariat qui s'inscrit sur le long terme. ***Rappelons ici que l'action humanitaire s'est professionnalisée : l'aide aux populations locales ne s'improvise pas.***

Le tourisme solidaire n'induit pas la participation à des projets de développement. Il défend un juste une juste répartition des revenus et une implication forte des populations locales, garantie que le voyage aura un impact positif sur le développement de la région visitée.

Tourisme Solidaire

Le tourisme solidaire regroupe les formes de tourisme « alternatif » qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires. L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et une répartition plus équitable des ressources générées sont les fondements de ce type de tourisme. L'aspect solidaire des voyages s'illustre aussi par le financement de projets de développement locaux , décidés et gérés par les communautés, par le reversement d'une partie du prix du voyage.

Source: http://babel-voyages.com

Tourisme Durable/Responsable

Le tourisme durable implique le respect de l'équilibre entre les besoins touristiques et les aspirations locales ou les actions préventives à favoriser afin de préserver l'environnement et le « produit touristique». Par conséquent, « l'objectif du développement touristique durable est de rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales qui résultent du développement touristique avec le maintien de capacités de développement pour les générations futures ».

Le tourisme responsable est un synonyme de tourisme durable, avec une petite nuance dans le sens où ce concept implique une démarche volontaire de responsabilité sociale et environnementale de la part d'acteurs économiques.

Source: http://babel-voyages.com

Solidarité internationale

La solidarité internationale regroupe plusieurs concepts : la solidarité et l'humanitaire.

La solidarité peut être définie comme la relation entre personnes ayant conscience d'une communauté d'intérêts, qui entraîne, pour les unes, l'obligation morale de ne pas desservir

les autres et de leur porter assistance.

L'action humanitaire quant à elle, vise à sauver des vies, à alléger les souffrances et à maintenir la dignité humaine pendant et après des catastrophes naturelles ou des situations d'urgence complexes, dont les conflits armés. Elle vise à prévenir ces situations et à renforcer les mesures de planification afin de mieux s'y préparer.

La solidarité internationale pourrait donc être définie de la manière suivante : « La solidarité "internationale" s'applique à ceux qui sont au-delà de "chez nous", là-bas, au-delà de nos frontières. C'est un partage de peuple à peuple, de société à société. »

Source: www.ritimo.org/

Commerce Equitable

Le Commerce Equitable est un partenariat commercial, fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète

Source: www.ritimo.org/

Economie Sociale et Solidaire

Le concept d'économie sociale et solidaire (ESS) désigne un ensemble d'entreprises organisées sous forme de coopératives, mutuelles, associations, ou fondations, dont le fonctionnement interne et les activités sont fondés sur un principe de solidarité et d'utilité sociale.

Ces entreprises adoptent des modes de gestion démocratiques et participatifs. Elles encadrent strictement l'utilisation des bénéfices qu'elles réalisent : le profit individuel est proscrit et les résultats sont réinvestis dans l'activité ou dans des projets d'intérêt collectif.
Source: www.atelier-idf.org

Les métiers du tourisme équitable et solidaire

Voyagistes

Professionnels du tourisme, ils conçoivent les voyages et prennent en charge leur organisation et commercialisation. Dans le secteur du tourisme équitable et solidaire, le voyagiste travaille en étroite collaboration avec ses partenaires locaux, qu'ils soient des agences de voyages locales, des communautés villageoises ou des ONG. Co-construction et partenariat durable sont les maitres-mots du voyagiste équitable et solidaire. Cette activité respecte la législation touristique française mais se doit aussi de respecter la législation touristique locale en vigueur dans les destinations.

Organisme relais

Les organisations relais informent sur les prestations et les voyages proposés par leurs partenaires dans les destinations. Elles n'assurent pas la commercialisation des voyages mais se font l'écho d'une offre touristique équitable et solidaire dans une destination.

Réceptif

Menant leur activité dans les destinations, les réceptifs proposent des services touristiques : hébergement, services de transport, guidages, activités culturelles et de loisirs, etc. Association, entreprise privée, ONG locales, leurs statuts sont variés; ils doivent néanmoins respecter la législation touristique en vigueur dans leur pays d'activité.

Les principaux acteurs dans le tourisme alternatif

A l'international

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)

L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) est l'institution des Nations Unies notamment chargée de la promotion d'un tourisme responsable, durable et accessible à tous.

L'OMT assure la promotion du tourisme en tant que moteur de la croissance économique, du développement sans exclusion et de la durabilité environnementale. Institution de référence, elle fournit une assistance au secteur pour faire avancer les politiques relatives au savoir et au tourisme à travers le monde.

L'Organisation Internationale du Tourisme Social (OITS)

L'OITS, association internationale à but non lucratif, a pour mission de promouvoir l'accès aux loisirs, aux vacances et au tourisme pour le plus grand nombre – jeunes, familles, seniors et personnes handicapées - et de favoriser la mise en œuvre de cet objectif et des moyens qui en découlent auprès des acteurs qui partagent cette responsabilité, à savoir les Etats, les acteurs sociaux et les opérateurs.

Global Sustainable Tourism Concern (GSTC)

Le Global Sustainable Tourism Concern est une organisation créée en 2010 par le PNUE, l'OMT et la Fondation des Nations Unies, le GSTC rassemble des réseaux de voyageurs, des voyagistes, des organisations internationales, des hôteliers, des offices du tourisme, etc. engagés dans le tourisme responsable.

European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality (EARTH)

EARTH est l'Alliance européenne du tourisme et de l'accueil responsables, premier réseau européen de partenariat visant le développement d'un tourisme responsable. EARTH traite de l'organisation et la structuration de réseaux de tourisme responsable dans toute l'Europe et représente un lieu où les compétences et le professionnalisme aident la création de nouvelles initiatives et de partenariats dans le domaine du tourisme responsable. Son objectif principal est de promouvoir le concept de Tourisme Responsable par la diffusion des principes du développement durable, la reconnaissance du rôle et des intérêts des communautés locales, et en solidarité avec la lutte contre la pauvreté.

AREMDT

AREMDT est une démarche collective d'acteurs du pourtour Méditerranéen qui coopèrent pour le développement et la promotion d'un tourisme responsable et solidaire en Méditerranée. AREMDT regroupe un réseau d'associations méditerranéennes de développement local, d'organisations de solidarité internationale, de coopératives, et d'experts en développement qui travaillent en partenariat avec des agences de voyages spécialisées dans le tourisme solidaire.

En France

L'Association pour le Tourisme Equitable et Solidaire (ATES)

L'ATES est un réseau d'acteurs et de spécialistes du tourisme équitable et solidaire. Créée en 2006, elle regroupe des voyagistes, des opérateurs relais et des membres associés, tous engagés pour faire du voyage un levier de développement et de solidarité internationale.

L'ATES définit et porte la voix d'un autre tourisme, fait de rencontres, d'échanges et de découverte des peuples et des cultures du monde. Grâce à la délivrance de son label « Garantie tourisme équitable et solidaire », elle assure aux voyageurs une expérience unique de voyage qui respecte les hommes et les cultures.

Reconnue au niveau national et international comme organisation de référence du tourisme équitable et solidaire, l'ATES propose des voyages en petits comités et hors des sentiers battus dans plus de 60 destinations dans le monde !

L'Union nationale des associations de tourisme et de plein air (UNAT)

L'UNAT est une association reconnue d'utilité publique qui regroupe les principales associations et organismes à but non lucratif de tourisme français

L'association francophone des Acteurs du Tourisme Durable (ATD)

ATD a été créée fin 2011 par un collectif de journalistes français pour accompagner et soutenir les professionnels du tourisme engagés en matière de développement durable. L'association rassemble un large panel d'acteurs professionnels (territoires, voyagistes, hébergeurs, restaurateurs, consultants, producteurs, médias, associations...) engagés dans une démarche de progrès.

Agir pour un tourisme responsable (ATR)

ATR est une association qui tend à regrouper les voyagistes du tourisme souhaitant œuvrer dans le sens d'un tourisme plus responsable et partageant des valeurs communes dans l'exercice de leurs pratiques professionnelles basées sur les principes du tourisme responsable. ATR pilote un système d'évaluation externe et dispose d'un label, délivré aux voyagistes membres du réseau par Ecocert.

L'immatriculation tourisme

Qu'est-ce que l'immatriculation

L'immatriculation tourisme est un régime juridique applicable à tout organisme se livrant ou apportant son concours aux opérations consistant en l'organisation ou la vente de voyages ou séjours individuels ou collectifs. Ainsi, la loi n°2009-888 du 22 juillet 2009 oblige tout organisme vendant un forfait touristique à s'immatriculer.

Ainsi vous devez vous immatriculer, et ceci quelques soit votre statut juridique, si vous organisez ou vendez des forfaits (cf. encadré) :

- de services liés à l'accueil touristique, notamment l'organisation de visites de musées ou de monuments historiques
- de voyages ou des séjours individuels ou collectifs
- de services pouvant être fournis à l'occasion de voyages ou de séjours, notamment la délivrance de titres de transport, la réservation de chambres dans des établissements hôteliers ou dans des locaux d'hébergement touristique et la délivrance de bons d'hébergement ou de restauration

Modalités d'immatriculation :

Pour être immatriculé, l'organisme doit pouvoir justifier *(Art L.211-18.II)* :

- d'une garantie financière
- d'une assurance Responsabilité civile professionnelle (RCP)

L'inscription au registre national d'immatriculation se fait auprès d'Atout France (http://www.atout-france.fr/immatriculations).

FOCUS

Qu'est-ce qu'un Forfait touristique ?

*« **la combinaison préalable d'au moins deux opérations** portant respectivement sur le transport, le logement ou d'autres services touristiques non accessoires au transport et au logement et représentant une part significative dans le forfait, dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée, vendue ou offerte à la vente à un prix tout compris».*

La garantie financière

Obtenir une garantie financière est obligatoire pour tout organisme souhaitant obtenir une immatriculation. Elle protège les touristes contre une défaillance de l'agence de voyage et permet de :

- rembourser un acompte ou un voyage à un client
- Permettre au client d'effectuer ou de terminer son séjour

Le montant de la garantie est calculé sur le montant maximum des acomptes en cours d'un organisme au cours de l'année et en fonction du risque de l'activité. L'estimation est faite par le garant. Pour ce faire l'opérateur doit adresser annuellement au garant une déclaration comprenant les éléments du volume d'affaires relevant de ses opérations et activités d'opérateur de voyages mais également, selon les garants, la liste des opérateurs de transports et de tourisme avec lequel il travaille, ses comptes attestés, etc.

La garantie financière peut s'obtenir auprès :

- d'établissements de crédit
- d'entreprises d'assurance
- d'Organismes de garantie collective (FMS-UNAT, APST)

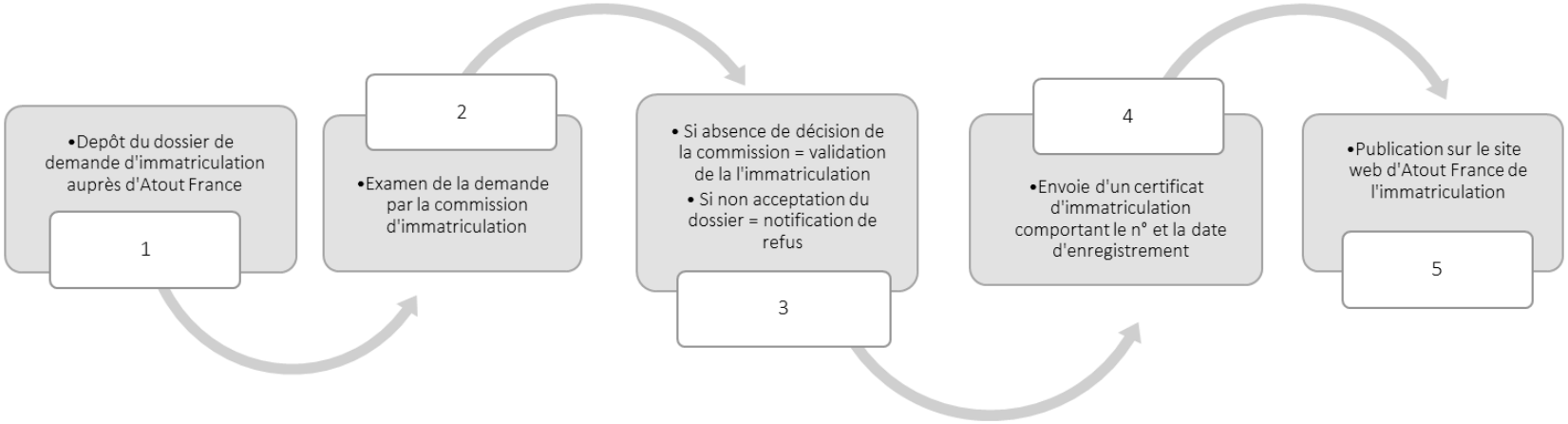
L'assurance de Responsabilité Civile Professionnelle

La Responsabilité Civile Professionnelle garantit le professionnel du voyage des fautes, erreurs, omissions ou négligences commises au moment de l'offre, de l'organisation et/ou de la vente de prestations. Les dirigeants comme les salariés sont couverts. Grâce à elle, vous pouvez garantir les dommages corporels, matériels, immatériels causés à toute personne physique ou morale dans le cadre de l'activité de votre organisation.

Selon les assureurs, l'assurance responsabilité civile professionnelle est calculée sur la base du chiffre d'affaires, l'effectif et surtout les activités pratiquées par l'organisme.

Elle est obligatoire dans le cadre de la pratique d'une activité touristique et pour l'obtention de l'immatriculation par Atout France.

Procédure de demande d'immatriculation auprès d'Atout France



Durée de l'immatriculation	3 ans
Obligations de l'immatriculé	**Mentionner le nom, la raison sociale et la forme juridique de l'organisation immatriculée, son numéro d'immatriculation, les noms et adresse de son garant et de son assureur dans sa correspondance et ses documents contractuels**. Ces informations doivent aussi figurer, le cas échéant, sur son site Internet. **Sur les documents non contractuels ou publicitaires**, doivent figurer le nom et l'adresse de l'organisme et son numéro d'immatriculation. **Dans le cas des fédérations ou unions,** les associations ou organismes qui en sont membres et qui bénéficient de l'extension d'immatriculation permise par la loi, doivent faire figurer sur leurs documents les noms, adresses et numéros d'immatriculation de leur fédération ou union, tant sur leurs documents que sur
Coût de l'immatriculation	100 euros

CONSTRUIRE VOTRE PROJET

Connaître son secteur et planifier son activité

Quel statut pour mon activité ?

Plusieurs formes juridiques sont possibles. Elles présentent chacune des avantages et des contraintes à prendre en compte lors du choix du statut juridique de votre structure. Le tableau ci-dessous présente une liste non-exhaustive des avantages et des contraintes liées à chaque statut juridique.

ATTENTION ! Quel que soit le statut juridique choisi, l'obtention de l'immatriculation touristique est une obligation pour vendre des séjours.

	AVANTAGE(S)	INCONVENIENT(S)
ASSOCIATION	• Renforce le positionnement éthique de la structure • Permet de changer facilement de statut, notamment pour une transformation de votre association en SCOP • Ce statut permet de recevoir des dons de particuliers et d'entreprise et des subventions des institutions publiques • Vous pouvez accéder à des dispositifs d'accompagnement gratuits comme le DLA (Dispositif Local d'Accompagnement) • Créer une association est un processus simple et peu couteux • En cas de non-lucrativité avérée de votre activité, possibilité d'exonération d'impôt	• Les associations de tourisme ont une image plus « amateur » aux yeux du grand public. Un effort particulier sur le professionnalisme de votre activité touristique et de votre communication devra être fait. • Le statut associatif limite le développement de votre activité touristique (investissement extérieur limité par la non-lucrativité de l'activité) • Pour créer une association vous devez être au minimum deux et vous engager à ne pas partager les futures bénéfices engendrés par l'activité touristiques • Le statut associatif implique l'animation de la vie associative (Assemblée Générale, Conseil d'Administration, etc.)
SCOP/ COOPERATIVE	• Renforce le positionnement éthique de la structure • Le capital initial pour créer une SCOP est de 30 euros • Vous pouvez accéder à des dispositifs d'accompagnement spécifiques : incubateurs de l'ESS, aides financières de l'Etat, etc.	• Le statut SCOP limite les investissement extérieurs car les salariés/sociétaires doivent détenir 51% du capital • Ce statut sous-entend une implication forte des salariés dans le projet de la société
SARL	• S'adapte à tout type d'activités • Pas de capital minimal • Des formalités bordées et peu coûteuse, • Possibilité de s'associer et de lever des fonds auprès d'investisseurs extérieurs • Image professionnelle auprès du public	• Votre structure doit avoir un objet d'utilité sociale si vous souhaitez inscrire votre activité dans l'ESS. • Il faut être deux associés pour créer une SARL • Une SARL ne peut en général par bénéficier d'aides financières publiques

Les informations présentées dans ce tableau ne sont pas exhaustives

FOCUS

Inscrire son activité dans le champ de l'Economie Sociale et Solidaire

Depuis juillet 2014, la législation française permet à toute structure ayant un objectif d'utilité sociale d'être reconnue comme organisme de l'Economie Sociale et Solidaire, quelque soit son statut juridique.

Pourquoi inscrire son activité touristique dans le champ de l'ESS ?

- *Etre cohérent avec votre engagement pour le tourisme alternatif jusque dans votre manière d'entreprendre*
- *S'appuyer sur des réseaux d'acteurs en pleine croissance*
- *Bénéficier de dispositifs d'accompagnement spécifiques au secteur de l'ESS*
- *Obtenir des aides financières dédiées aux acteurs de l'ESS*

La boîte à outils

http://www.economie.gouv.fr/ess-economie-sociale-solidaire/loi-economie-sociale-et-solidaire

http://www.avise.org/

http://www.atelier-idf.org/

http://mouves.org/

Comment planifier et financer mon activité ?

La création d'un séjour, l'identification des partenaires réceptifs, la création d'outils de communication, sont autant de démarches qui peuvent s'avérer longues et coûteuses. Les besoins de trésorerie dus, entre autres, à la nécessité de financer les investissements structurels sont à prendre en compte dans le modèle économique de votre activité.

Lors de la création d'une activité de tourisme équitable et solidaire, le prix de vente des séjours et la répartition des recettes sont deux éléments à préparer en amont et à faire évoluer si besoin.

Les questions à se poser :

- A quel prix est vendu ce même type de séjour sur le marché ?
- Quel est le prix juste pour rémunérer de manière équitable l'ensemble des acteurs travaillant sur le séjour ?
- Quel doit être le montant de ma marge pour pouvoir payer mes frais structurels, payer un ou des salaires, augmenter mes fonds propres et/ou investir ?

Bien souvent, les marges des associations de tourisme équitable et solidaire sont faibles. Or, la non lucrativité de l'activité ne signifie pas l'interdiction de faire des bénéfices. Ces bénéfices pourront être bien utiles pour disposer de fonds propres en cas de coups durs, pour investir dans le développement de nouveaux produits touristiques, dans des outils de communication, pour pérenniser un poste de travail ou en créer un nouveau, etc.

Ainsi, lors de la création de son séjour et de la fixation du prix de séjour, il est nécessaire de se demander quel doit être le montant minimum de sa marge pour pouvoir dégager un salaire, investir, pour se développer et constituer des fonds associatifs.

Enfin, une étude marketing menée en 2014 sur la clientèle des membres de l'ATES a montré que le prix n'était pas un frein à l'achat. En effet, un circuit dont le prix est très bas par rapport au reste du marché peut donner l'image d'un produit de moindre qualité (confort, prestation, restauration, etc.) par rapport au reste du marché et ainsi pénaliser la vente de votre circuit.

FOCUS

Quelques chiffres clés du marché du tourisme responsable en France

- *60% des Français connaissent le « tourisme responsable », 83% sont prêts à choisir en priorité une agence de voyage qui a une démarche responsable (sondage TNS Sofres 2009)*
- *88 % des voyageurs français se disent prêts à agir en faveur de l'environnement et 56 % de ces mêmes voyageurs sont prêts à payer plus cher pour une destination écologique (enquête GMV 2010).*
- *Les Français ont déjà entendu les termes de tourisme équitable à 65%, et savent de quoi il s'agit à 31%. Concernant le tourisme solidaire, 61% des français ont déjà entendu ces termes et 29% savent de quoi il s'agit.*
- *Pour 51% des français, les acteurs du TES ne propose pas une offre suffisamment adaptée à leurs attentes, 55% d'entre eux pensent que l'offre n'est pas suffisamment variée et 50% pas suffisamment attractive .*
- ***La baisse du nombre de voyages à l'étranger a concerné tous les continents** (En 2012, Afrique -4%, Amérique -4,3%, Asie et Océanie -4,9%, Europe -2,7%)*

Répondre à une demande et connaître les tendances du marché

Le secteur du tourisme est un secteur hautement concurrentiel. Le tourisme équitable et solidaire est certes un secteur de niche, c'est à dire répondant à une demande spécifique et limitée, mais n'en est pas moins affecté par la concurrence.

Les projets de tourisme équitable et solidaire naissent souvent d'une rencontre, d'un partenariat fort avec un organisme local. Animé par un désir de changement et par une éthique forte, on oublie souvent que la création d'un séjour équitable et solidaire doit répondre à une demande identifiée, doit se démarquer pour être identifiable sur son marché. Ainsi, afin de construire une activité pérenne pour vous et vos partenaires, il est nécessaire de définir un positionnement clair qui vous permettra de vous différencier de vos concurrents mais aussi d'identifier quelles sont vos cibles de clientèles potentiels.

Deux critères sont particulièrement importants à prendre en compte dans votre positionnement :

- La cible, c'est à dire le voyageur/consommateur

La façon dont il perçoit votre offre doit correspondre à l'image que vous souhaitez véhiculer. Pour cela, il s'agît de bien comprendre à quel type de consommateur vous vous adressez, pour avoir un positionnement marketing cohérent.

Vous devez ainsi porter de l'attention au consommateur, c'est-à-dire comprendre ses attentes, et en tenir compte en proposant une solution adaptée.

- La concurrence, c'est à dire la différenciation

Il s'agît de placer votre entreprise, ses produits et ses services, ainsi que vos concurrents sur une carte de positionnement. Cela vous permettra de trouver un positionnement unique. Sachez créer votre avantage concurrentiel.

FOCUS

Qu'est-ce que le positionnement d'une marque ?

Le positionnement est la réflexion stratégique qui consiste à sortir une marque de l'anonymat, à la faire émerger parmi la masse de marques concurrentes en lui donnant une place bien précise dans l'esprit des consommateurs. Un positionnement doit posséder cinq qualités :

pérenne,

attractif,

crédible,

original,

simple.

Comment positionner son offre ?

La démarche de création d'un positionnement consiste à analyser le paysage concurrentiel (quelles sont les attentes de la cible par rapport aux produits, aux marques ? quels sont les atouts potentiels de votre marque et des concurrents ?). Cette analyse permet de repérer la place unique que peut occuper votre marque, qu'il faut alors formuler de manière claire.

Ce positionnement, qui constitue la véritable personnalité de la marque, peut se fonder sur une caractéristique du produit, un bénéfice apporté au consommateur, un mode de consommation spécifique, une cible d'utilisateurs particulièrs, ou encore un fort imaginaire de marque.

http://blog.neocamino.com/le-positionnement-marketing-un-enjeu-majeur-pour-votre/#ixzz3tFftShlX

Qui peut m'aider pour…

1. Financer mon projet

Les institutions de crédit :

le Crédit Coopératif : www.credit-cooperatif.fr

la Nef (Société Financière de la Nouvelle Economie Fraternelle) :

www.lanef.com

Les organisations de prêts participatifs :

la SOCODEN, finance des SCOP en création : www.scop.coop

L'Institut de Développement de l'Economie Sociale ESFIN-IDES :

www.esfin-ides.com

Les fonds de garantie :

Le fonds de garantie France Active : www.franceactive.org

Pour les adhérents UNAT et ATES le Fonds Mutuel de Solidarité:

Les organisations de capital-risque :

les Cigales : www.cigales.asso.fr

la société de capital risque solidaire GARRIGUE : www.garrigue.net

les France Angels : www.franceangels.org

la fédération Love Money pour l'emploi : www.love-money.org

2. Structurer mon business plan

les **Boutiques de Gestion** offrent accompagnement et conseils : www.boutiques-de-gestion.com

l'**ADIE** (Association pour le Droit à l'Initiative Economique) aide les personnes exclues du système bancaire traditionnel à créer leur propre entreprise, grâce au microcrédit : www.adie.org

France Active apporte un accès au crédit, une expertise et un soutien financier : www.franceactive.org

France Initiative accompagne et finance les créateurs : www.france- initiative.fr

Entreprendre oriente et accompagne avec des méthodes d'entreprise : www.reseau-entreprendre.org

la **Scop KEJAL,** spécialiste de l'économie solidaire, conseille et accompagne : www.kejal.fr

les **Chambres de Commerce et d'Industrie** (CCI): www.cci.fr

le **Pôle emploi** fournit des conseils pour la mise en place d'un projet personnel et des outils pour bénéficier d'accompagnement ou de formations : www.pole-emploi.fr

les **CRESS** (Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire)

les **Agences de Développement Économique** : se renseigner auprès des collectivités locales

3. Connaître les tendances du marché

L'agence de consulting de tourisme durable http://www.id-tourisme.fr/

Construire son offre de tourisme équitable et solidaire

Construire un partenariat équilibré

1. L'importance du partenariat et de l'intégration des populations locales dans le TES

Cette étape est très importante car il s'agit de se poser les bonnes questions qui détermineront les caractéristiques du projet de création.

De nombreuses études insistent sur le fait de poser dès le départ les objectifs de l'activité touristique. Ceux-ci doivent être construits avec les communautés, être connus et validés par l'ensemble des personnes concernées directement ou indirectement sur le territoire : « le cadre doit être construit PAR, AVEC et POUR les populations d'accueil ».

Ces formes « douces » de tourisme opèrent dans une stratégie «bottom-up», c'est- à-dire que les projets émergent des populations réceptives. Celles-ci sont, par conséquent, pleinement impliquées dans le projet qui a pour finalité la maximisation des retombées économiques, la valorisation des patrimoines naturels, culturels et humains, la minimisation des effets négatifs et l'aménagement de temps de rencontres entre visiteurs et hôtes.

Votre partenaire local, qu'il soit un réceptif local, un guide ou une communauté villageoise, est un acteur central dans la réussite du séjour de vos voyageurs. La confiance et la réciprocité entre partenaires sont donc des enjeux dans la construction de votre partenariat.

2. La formalisation du partenariat

La confiance et la réciprocité évoquées plus haut ainsi que l'objectif de la co-création de votre séjour ne sont pas forcément innées entre deux partenaires de cultures et de langues différentes. Les différences de cultures (culture de l'écrit vs. culture de l'oral par exemple) et de langue sont de simples biais qui peuvent entrainer des incompréhensions entre partenaires. Même si souvent dans le tourisme équitable et solidaire, grâce à la confiance et la durée du partenariat, la formalisation de ce lien semble accessoire, cela permet toutefois de définir les engagements de chacun et de limiter les conséquences en cas de défaillance d'une des parties.

FOCUS

Quels éléments faire apparaître dans une convention de partenariat ?

- Les valeurs de base de votre partenariat (rémunération juste, transparence, durabilité du partenariat, non-discrimination, etc.)
- Le projet qui lie les deux parties
- Les conditions d'annulation d'un séjour
- Les conditions de préfinancement des prestations touristiques
- La grille tarifaire
- Les engagements en termes d'accompagnement (formation, communication, …)

Se professionnaliser et renforcer la qualité des prestations

Le Tourisme Équitable et Solidaire s'inscrit dans une économie de marché et les produits touristiques qui en découlent doivent trouver leur public. Pour cela, les acteurs mettent l'accent sur la nécessité de bien définir les produits, qui doivent être clairs, imaginatifs et créatifs, compétitifs : ce ne sont pas des produits «au rabais » qui se contenteraient d'approximations. Il faut, pour cela, prendre le temps d'avancer dans son projet…

1. Co-construire l'offre touristique

La mise en œuvre d'un projet touristique dans de bonnes conditions d'appropriation et d'assimilation par les populations locales nécessite un accompagnement technique rigoureux pour que soient assurées l'animation, la sensibilisation, la définition des besoins de formation, l'organisation des activités, etc.

Cet accompagnement dépasse le cadre strict de la production touristique pour s'intéresser à l'environnement socioculturel et institutionnel des territoires d'accueil. De plus, il est nécessaire de procéder à une évaluation régulière du processus afin de le recadrer en permanence avec les réalités locales. Cette évaluation doit se faire en rapport avec les objectifs du projet, d'où l'importance de bien poser ceux-ci en amont. Mais, plus encore que l'évaluation, c'est avec le retour d'expériences des acteurs locaux que la bonne marche du projet peut être assurée.

2. Renforcer la qualité des prestations

La formation est un outil indispensable à tout projet de tourisme au profit des communautés : formation des personnes impliquées directement dans l'activité touristique, notamment les guides et les accompagnateurs, du personnel d'accueil, etc., mais aussi formation de l'encadrement villageois, des agents de développement, des administrations territoriales et nationales, toutes les organisations qui constituent la sphère « développement » des communautés d'accueil.
Cette formation ne doit pas se calquer sur les modèles du tourisme conventionnel, mais s'appuyer sur les valeurs culturelles et les savoir-faire traditionnels pour conserver aux services et aux fonctions toute leur authenticité qui constituera leur « valeur ajoutée » (au niveau de l'accueil, de la cuisine, de l'hôtellerie, du guidage, des animations, etc.).

Pour ce faire, il est important que la formation fasse appel à des personnes ayant une bonne connaissance préalable des milieux où elles interviennent, en utilisant les outils de la formation participative. Les outils de formation adaptés sont encore trop peu nombreux, les organismes conventionnels de formation au tourisme et à l'hôtellerie ne répondant pas à leurs attentes.

L'objet n'est pas, dans ce cas, de calquer un quelconque modèle « occidental » qui pourrait être perçu comme du « néocolonialisme », mais de répondre aux obligations d'une activité commerciale de service axée sur la qualité (tant de la prestation que des relations) où l'offre doit être adaptée à la demande. Beaucoup d'acteurs réceptifs sont demandeur de programme de formation.

Qui peut m'aider pour…

1. Structurer mon offre

- Le Dispositif local d'accompagnement : http://www.info-dla.fr/)

2. Renforcer mes compétences et celles de mes partenaires

- Le Trade For Development Center : http://www.befair.be/fr
- Les réseaux de tourisme solidaire dans les destinations:
    - Eco Benin (Bénin) : http://www.ecobenin.org/
    - AntsoRe (Madagascar) : http://www.antsore.org/
    - Red Tusoco (Bolivie) : http://www.tusoco.com/

Mise en place et suivi des actions de solidarité

Les projets de développement dans le TES

L'aspect solidaire du TES s'illustre aussi par le financement de projet de développement décidés et gérés localement. Pour ce faire, une partie du prix du séjour est octroyé à un fonds de développement. A l'ATES, les pourcentages varient entre 3 et 8% du prix du séjour. Bien qu'il s'agisse de microprojets dans la majorité des cas, ces projets répondent à de véritables besoins locaux et permettent à ceux qui ne sont pas directement impliqués dans l'accueil des voyageurs de bénéficier des retombées du tourisme équitable et solidaire.

1. Des projets décidés et gérés localement

De nombreuses études ont démontré **l'importance du diagnostic initial des besoins et de l'appropriation locale dans la réussite des projets**, et ceci, quelle que soit leur taille. Les projets financés par le fonds de développement, bien que doté d'un budget limité, doivent répondre à ces deux critères afin de ne pas être réduit à un simple message marketing.

Ainsi, un diagnostic partagé avec les communautés d'accueil permettra d'identifier des besoins locaux pertinents qui peuvent toucher des domaines très variés : amélioration de l'offre touristique à travers l'achat de matériel ou la construction d'un bâtiment, amélioration direct des conditions de vie (santé, genre, éducation), développement économique via le microcrédit, etc. Ce diagnostic partagé et l'identification des projets par vos partenaires permettront aussi d'améliorer leur autonomisation. Enfin, pour une appropriation optimale, l'implication des autorités locales peut être un véritable plus : reconnaissance de votre partenaire par les pouvoirs locaux, complémentarité avec des actions locales, co-financements possibles, etc.

La finalité et la gestion du fonds de développement doivent donc être discutées avec votre partenaire local notamment lors des échanges autour de la nature de votre partenariat.

A la suite de ce diagnostic, qui mène le(s) projet(s) ?

Votre partenaire touristique peut directement mener le projet si celui-ci le souhaite et en a les compétences. De nombreux acteurs locaux peuvent aussi vous accompagner- vous et votre partenaire- dans l'acquisition des compétences de bases de gestion de projet.

Confier la gestion du fonds de développement à un partenaire tiers – idéalement un organisme local- peut aussi être envisagé, notamment sur des projets impliquant des compétences spécifiques (santé, microfinances, formation, etc.).

2. Le suivi et évaluation des projets

Comme souligné précédemment, la finalité et la gestion du fonds de développement doivent être clairement définies avec votre partenaire en insistant notamment sur :

- **Les éléments de suivi du projet :** photos, éléments comptables, rapports d'activité, etc. Il s'agit de co-définir les obligations réciproques en termes de transparence en fonction de vos fonctionnements respectifs et aussi des capacités de chacun. Si votre partenaire accorde plus d'importance aux engagements oraux, l'échange de photo et les témoignages des voyageurs sur l'avancée du projet peuvent être suffisants par exemple.
- **La méthodologie d'évaluation du projet.** Encore une fois, il s'agit de s'adapter à la réalité du terrain et à l'ampleur du projet. Un bilan collectif avec l'ensemble

des membres de la communauté peut par exemple permettre d'évaluer la satisfaction des parties prenantes sur la gestion du projet, son impact et sur les pistes d'amélioration. Sur un projet plus important, mené par un acteur spécialiste du développement, des éléments d'évaluation plus formalisés peuvent être aussi mis en place.

Comment communiquer ?

1. Le fonds de développement : plus-value des acteurs du tourisme équitable et solidaire

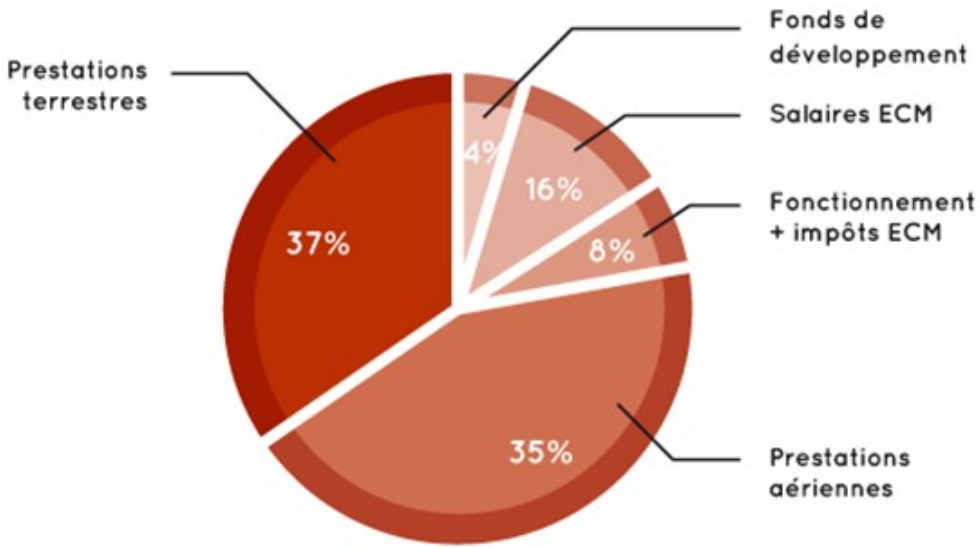
Le financement des projets de développement constitue la partie émergée de l'iceberg de l'impact du tourisme équitable et solidaire dans les destinations :

Le tourisme équitable et solidaire est facteur de développement et d'autonomisation des communautés pour de nombreuses raisons (priorité à l'économie locale, rémunération équitable, etc.) mais le financement de projets locaux est une action concrète dont l'impact est facilement identifié et compréhensible par le grand public.

2. Informer les voyageurs de l'utilisation du fonds de développement

La valorisation des projets de développement peut donc être un élément différenciant pour votre organisation. Cela suppose toutefois plusieurs prérequis :

- Une transparence sur la répartition du prix du séjour. Les membres de l'ATES informent leurs voyageurs et le public sur le pourcentage dédié à leur fonctionnement, aux dépenses locales, à l'aérien et au fonds de développement.
- Aménager des temps de visites ou de présentation des projets lors des séjours permettra à vos voyageurs d'avoir une vision encore plus concrète de l'impact de leurs voyages sur les communautés locales.
- Informer régulièrement vos voyageurs sur l'avancée des projets à travers des photos, des vidéos, des témoignages constitue aussi un bon moyen de garder le contact avec eux.



Répartition du prix d'un séjour publié sur le site d'un membre de l'ATES

Qui peut m'aider pour…

1. Accompagner mes partenaires dans la mise en place des projets de développement

- La Guilde : http://la-guilde.org/
- L'Agence des Microprojets: http://www.agencemicroprojets.org/
- Ressources Solidaires : http://www.ressources-solidaires.org/

2. Suivre et évaluer mes projets

- Coordination Sud : http://www.coordinationsud.org/
- Gret: http://www.gret.org/

Promotion et sensibilisation

Faire connaître mon offre touristique

Plusieurs canaux de diffusion existent pour faire connaître votre offre de tourisme : des canaux traditionnels (salons, agences de voyage, presse écrite) et des nouveaux « e-canaux » (sites internet, blogs, réseaux sociaux).

La communication et la commercialisation via les « e-canaux » sont de plus en plus importantes, notamment pour le tourisme. Il est à noter qu'en 2013, plus de 40% des Français ont réservé leurs vacances sur internet. Il est donc primordial de maîtriser ces outils et d'être présent sur le web pour faire connaître votre offre de tourisme équitable et solidaire.

1. Les réseaux sociaux : créer une communauté de valeurs autour de votre projet

Les plus importants : Facebook/twitter

Les réseaux complémentaires : Instagram/Pinterest

Voici quelques conseils de bases sur les réseaux sociaux :

Facebook

- Poster régulièrement mais ne pas « polluer » le fil d'actualité de vos fans : entre 2 et 5 fois par semaine
- Les contenus les plus regardés sont les photos et les vidéos. Pourquoi ne pas poster une fois par semaine une belle photo d'un de vos voyages ?
- Les témoignages de voyageurs sont aussi très appréciés
- Vous pouvez planifier vos publications sur Facebook. Consacrer par exemple 1 ou 2h en fin de semaine pour planifier les publications de la semaine. Vous gagnerez un temps précieux.

Twitter

- Twittez très régulièrement. La durée de vie d'un tweet est très courte (moins d'une heure) n'ayez donc pas peur de twitter plusieurs fois par jour.
- Comme sur Facebook, les photos et les vidéos sont les contenus les plus regardés.
- Relayer tout types d'informations liée à votre secteur d'activités, les actualités de vos destinations, etc.
- Vous pouvez aussi planifier vos publications avec des outils en ligne.

2. Créer son site internet

Votre site internet est votre première vitrine auprès du public. Il se doit de refléter une image moderne et professionnelle.

Quelques conseils pour un site internet performants :

Le référencement de votre site internet est primordial pour avoir une visibilité sur les moteurs de recherche : mots clés, liens croisés, mise à jour récurrente sont des éléments à prendre en compte.

Les informations contenues doivent être claires et complètes.

Le design : les belles photos sont votre meilleur support de communication. Elles font voyager les visiteurs de votre page internet et doivent donner envie de partir : paysage grandiose, visage souriant, apportez un soin particulier au choix de vos photos.

3. Mutualiser pour amplifier la communication

Les grands groupes de tourisme investissent massivement dans la communication et le web-marketing. Ils disposent pour cela de budgets très importants qu'un jeune organisme ou une petite structure peut difficilement égaler.

Afin de se faire une place sur le web, la mutualisation est un outil très utile. Il est possible de mutualiser un emploi de community manager ou d'une personne en charge de la communication. Il est aussi possible de mutualiser un site internet rassemblant plus de marques de tourisme.

Enfin, pourquoi ne pas mutualiser un stand lors d'un salon avec des agences de voyages dont vous partagez les valeurs ? C'est d'autant plus envisageable si vous ne proposez pas les mêmes destinations !

Les règles de la mutualisation doivent être clairement définies afin d'éviter tout conflit mais il est à noter qu'au sein d'un réseau la mutualisation peut être facilitée notamment grâce à l'existence d'un tiers neutre qu'est la tête de réseau.

Préparer les voyageurs

La rencontre avec l'autre, la confrontation avec une culture très différente et parfois avec la pauvreté des communautés n'est pas habituelle pour les voyageurs. La préparation au départ est donc nécessaire pour accompagner les voyageurs vers un comportement plus solidaire et responsable et pour les aider à appréhender au mieux leur voyage. Cela permet d'installer une véritable confiance entre le voyageur et l'agence de voyage mais permet aussi aux voyageurs de devenir de véritables prescripteurs des principes et des voyages du tourisme équitable et solidaire.

1. La préparation au voyage : quelques éléments clés

L'objectif de la réunion de préparation au voyage est d'informer le voyageur sur les différents éléments pratiques du voyage (histoire du pays, que mettre dans sa valise, conditions de confort, étapes du séjour, etc.) mais aussi de le sensibiliser sur différents thèmes comme l'interculturalité, le don, le respect de l'environnement, les coutumes locales à respecter, etc. Bien préparé et informé sur les conditions de son séjour, un voyageur adoptera un comportement plus responsable et respectueux qui facilitera la rencontre et les échanges avec les partenaires locaux et ainsi la satisfaction de chaque partie prenante.

Organiser une préparation au voyage dans ses locaux est la solution idéale. Cela permet de réunir le groupe de voyageurs et d'amorcer les échanges et la dynamique de groupe, de projeter des films ou des photos. Une préparation par téléphone ou skype est un autre moyen lorsque la distance géographique ou la disponibilité du voyageur ne permettent pas une rencontre physique.

2. Les outils de la préparation au voyage

- **Des outils spécifiques à votre structure :**
  - La Charte du voyageur : ce document reprend l'essentiel des engagements que doit prendre le voyageur pour avoir un comportement responsable
  - Livret de voyage : il présente aussi bien le déroulé du voyage étape par étape mais peut aussi présenter plusieurs éléments du contexte locale (histoire, coutumes, réligions, etc.) et un mini-lexique.
  - Documents de présentation de votre structure

- **Des outils externes :**
- La charte de l'ATES. Cette charte définit les engagements des acteurs du tourisme équitable et solidaire et peut être un texte sur lequel s'appuyer pour sensibiliser les voyageurs.
- Le livret de présentation du label « Garantie Tourisme Equitable et Solidaire »
- L'exposition « le tourisme en quête de sens »
- Le guide Ritimo « Vacances j'oublie tout » : un petit guide de 50 pages présentant les alternatives au tourisme de masse et des conseils pour être un voyageur solidaire.

Qui peut m'aider pour…

1. Me faire connaître et diffuser les valeurs du TES

Les réseaux Français de tourisme alternatif: ATES, ATD, ATR, etc.

2. Commercialiser mes offres

- Eco Voyageurs : http://www.ecovoyageurs.com/
- Babel Voyages: http://www.babel-voyages.com/
- Via Sapiens : http://www.via-sapiens.com/

LA BOITE A OUTILS

1. **Choisir son statut juridique**

- www.associationmodeemploi.fr
- www.les-scop.coop/sites/fr
- http://www.economie.gouv.fr/ess-economie-sociale-solidaire/loi-economie-sociale-et-solidaire
- http://www.avise.org/
- http://www.atelier-idf.org/
- http://mouves.org/

2. Financer mon projet

- Les institutions de crédit :
  - le Crédit Coopératif : www.credit-cooperatif.fr
  - la Nef (Société Financière de la Nouvelle Economie Fraternelle) :
  - www.lanef.com
  - Le fonds de garantie France Active : www.franceactive.org

- Les organisations de prêts participatifs :
  - la SOCODEN : www.scop.coop
  - L'Institut de Développement de l'Economie Sociale ESFIN-IDES : www.esfin-ides.com

- Les fonds de garantie :
  - Pour les adhérents UNAT et ATES le Fonds Mutuel de Solidarité: www.unat.asso.fr
  - APST: https://www.apst.travel/

- Les organisations de capital-risque :
  - les Cigales : www.cigales.asso.fr
  - la société de capital risque solidaire GARRIGUE : www.garrigue.net
  - les France Angels : www.franceangels.org
  - la fédération Love Money pour l'emploi : www.love-money.org

3. Structurer mon business plan

- les Boutiques de Gestion : www.boutiques-de-gestion.com
- l'ADIE (Association pour le Droit à l'Initiative Economique) : www.adie.org
- France Active : www.franceactive.org
- France Initiative : www.france- initiative.fr
- Entreprendre : www.reseau-entreprendre.org
- lScop KEJAL www.kejal.fr
- les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI): www.cci.fr
- le Pôle emploi www.pole-emploi.fr
- les CRESS (Chambres Régionales de l'Économie Sociale et Solidaire)
- les Agences de Développement Économique : se renseigner auprès des collectivités locales

4. Connaître les tendances du marché

- L'agence de consulting de tourisme durable http://www.id-tourisme.fr/

5. Structurer mon offre

- Le Dispositif local d'accompagnement : http://www.info-dla.fr/

6. Renforcer mes compétences et celles de mes partenaires

- Le Trade For Development Center : http://www.befair.be/fr
- Les réseaux de tourisme solidaire dans les destinations:
  - Eco Benin (Bénin) : http://www.ecobenin.org/
  - AntsoRe (Madagascar) : http://www.antsore.org/
  - Red Tusoco (Bolivie) : http://www.tusoco.com/

7. Me faire connaître et diffuser les valeurs du TES

Les réseaux français de tourisme alternatif: ATES, ATD, ATR, etc.

8. Commercialiser mes offres

- Eco Voyageurs : http://www.ecovoyageurs.com/
- Babel Voyages: http://www.babel-voyages.com/
- Via Sapiens : http://www.via-sapiens.com/

Crédits photos:

Grandir Aventure

TDS Voyage

Tamadi