



isto

Montreal Declaration

Towards a humanist, social vision of tourism

La Déclaration de Montréal

Pour une vision humaniste et sociale du tourisme

Declaración de Montreal

Por una visión humanista y social del turismo





Montreal Declaration

Towards a humanist, social vision of tourism 4

Aubagne Addendum

Towards a tourism based on development and solidarity 12

Brussels Addendum

Towards social sustainability of tourism 16

La Déclaration de Montréal

Pour une vision humaniste et sociale du tourisme 22

Addendum d'Aubagne

Vers un tourisme de développement et de solidarité 30

Addendum de Bruxelles

Pour une durabilité sociale du tourisme 34

Declaración de Montreal

Por una visión humanista y social del turismo 40

Adenda de Aubagne

Hacia un turismo de desarrollo y de solidaridad 48

Adenda de Bruselas

Por la sostenibilidad social del turismo 52



MONTREAL DECLARATION 1996

Towards a humanist, social vision of tourism





Preamble

What does **social tourism** mean in today's world?
How do social tourism stakeholders see their role?
What are their beliefs and ambitions?

As we enter the third millennium, what are our main challenges and opportunities?

Through the Vienna Charter in 1972, **ISTO** – formerly known as **BITS** – identified the social, cultural, political and economic dimensions of tourism, the defining trend of our time.

Subsequently, the World Tourism Organization, in its Manila Declaration, formally confirmed the purposes of social tourism.

What will social tourism mean in upcoming years?
This is the fundamental issue to be addressed in the Montreal Declaration.





1. Social tourism

An ambitious approach to overcome discrimination and meet the challenge of integration

Tourism is growing rapidly today in a world in which:

- ▶ Growth in the wealthiest countries is at a standstill, leaving challenged population groups and people with disabilities at the margin of society, resulting in social inequalities;
- ▶ Advances in science and information technology go hand in hand with a reduced workforce, opening up as yet undreamed-of social and cultural opportunities;
- ▶ Large economic alliances are formed, operating according to their own free-market logic;
- ▶ Some countries experience rapid growth, paving the way for the development of domestic tourism;
- ▶ Other countries, and even whole continents, are trapped in appalling poverty;
- ▶ Everyone is searching for meaning.

Business and leisure travels are on the rise, borders are opening-up, destinations are more and more diverse, and innovation improves communication and transport.

While the distribution between work and leisure/travel time is being questioned throughout the world, there are still many inequities. In some countries, diverse forms of exploitation of local people still prevail, including child prostitution.

ARTICLE 1

In its Article 24, the Universal Declaration of Human Rights states that "Everyone has the right to rest and leisure, including reasonable limitation of working hours and periodic holidays with pay".

This right is far from being universally accepted. Everyone's right to leisure and tourism needs to be pursued through the principles of social tourism, which primarily aims at providing access to tourism and leisure activities for all.

ARTICLE 2

The prime objective of all tourism development initiatives should be the full realization of each individual's potential, both as a person and as a citizen.



2. Social tourism's benefits for the future

Social Tourism: "A shaper of society"

ARTICLE 3

The aim of making leisure tourism accessible to all – including families, young people and senior citizens – implies a strong commitment to fight inequality and the exclusion of people with different cultures, limited resources, disabilities, or those who live in developing countries.

To this end, specific measures need to be identified and implemented: the definition of social policies of tourism, the creation of infrastructures, the setting-up of support systems for the disadvantaged, awareness-raising campaigns, staff training, etc. Small-scale initiatives, forming part of a wider strategy, can often be as effective "shapers of society", as large-scale projects.

ARTICLE 4

Holidays and travel can provide great opportunities for personal fulfilment, through the discovery of new environments, cultures and civilisations, through physical, artistic, sport and leisure activities, by meeting people across educational or generation divides, and through other responsibilities taken on freely by tourists.

Social tourism operators are willing to contribute to the development of human interactions, both through their training and their activities; social tourism drives social cohesion.



Social Tourism: A driver of economic growth

ARTICLE 5

Designed for all social classes and age groups, social tourism allows hundreds of millions of people to travel and enjoy holidays throughout the world.

A key component of the social and solidarity economy, social tourism offers remarkable opportunities for economic growth.

Tourism for all drives economic power. It generates a continuous flow of people and investment, which contributes to regional development, creates value at the national and international levels, and fosters the transfer of resources from the richer economies to the poorer countries.

ARTICLE 6

Tourism must benefit the whole community. Its benefits must contribute to the social and economic development of regions and their peoples. The tourism sector should both create jobs and guarantee the fundamental rights of all workers.

ARTICLE 7

All tourism development stakeholders are subject to the same requirements. Whether as entrepreneurs, facility managers, tour organisers or guides, educators or entertainers, they are all economic agents, subject to the same expectations of skills, capacities and performance.

The successful pursuit of a social purpose depends on exemplary management practices and improved outcomes.



Social Tourism: Driving regional planning and local development

ARTICLE 8

Long before their promotion by international organisations, social tourism had already adopted "sustainable and sustained development goals" in order to:

- ▶ Reconcile tourism development, environmental protection and a respect for the identity of local communities;
- ▶ Bring fresh resources into neglected regions;
- ▶ Promote the development of destinations without depletion of resources;
- ▶ Generate local economic, social and cultural benefits for the community.

While tourism is one of the main drivers of regional development throughout the world, under no circumstances may it lead to the uncontrolled invasion of a destination, the exploitation of the local population, or the destruction of its culture.

ARTICLE 9

Tourism can, and should, be a source of opportunities for many fragile economies. The conservation of the natural environment should not be leveraged for the appropriation of tourist sites for the benefit of a few.

ARTICLE 10

As initiator and manager of tourism development projects, social tourism has a critical responsibility to raise awareness, share information and knowledge to ensure tourists are respectful of the environment and local communities.





Social Tourism: A partner in global development programmes

ARTICLE 11

The Stockholm Conference on the Human Environment, United Nations programmes, and the Rio Earth Summit, among others, have clearly identified the responsibilities of present generations in setting limits to growth.

Tourism, when it is controlled and respectful of the natural environment and local communities, constitutes one of the economic, social and cultural hopes of many developing regions. Present and future social tourism stakeholders are, and will be, well placed to design development projects, tailor legal structures and financial packages, and contribute to the creation, management, and coordination of all tourism projects planned in the framework of global development programmes.

ARTICLE 12

Throughout the world, new collaborations and partnerships are, and will be, essential. Tourism development requires the support of governments, local authorities, social organisations, trade unions, financial partners, family, youth, cultural, sport, and ecology movements, and, of course, tourism industry professionals, including social tourism stakeholders serving the public good.



3. Social tourism identification criteria

ARTICLE 13

Any tourism organisation (association, cooperative, mutual company, foundation, federation, non-profit organisation, business company etc...) which, in its articles of association or statement of aims clearly identifies with social goals and the aim of providing access to travel and tourism for all – not with the sole aim of profit maximisation –, may claim to be part of the social tourism movement.

The term "social" means more solidarity and fraternity, and is a source of hope for all the people throughout the world who still have no leisure time.

ARTICLE 14

In order to be part of the social tourism movement, an organisation must comply with the following conditions:

- ▶ The offer of activities must incorporate humanist, educational and cultural values and promote respectful human development;
- ▶ The target groups are clearly identified, without discrimination on racial, cultural, religious, political, philosophical or social grounds;
- ▶ The creation of non-economic value forms an integral part of the product;
- ▶ The seamless integration into the local environment should be a clear priority;
- ▶ The type of activity and price are clearly mentioned in the contract documents. Prices are compatible with the stated social goals. Annual surpluses, in whole or in part, will be re-invested to improve services offered to the public;
- ▶ Workforce management practices abide by social regulations, promote job satisfaction and provide appropriate on-going staff development training.

ARTICLE 15

The legitimacy of tourism stakeholders is derived from their actions in pursuit of a clearly stated objective, not from their legal statutes or processes.

Statutes or articles of association may vary according to habits, practices and changing legislation. It is only a means to an end. There is no one-size-fits-all model in the world today.



AUBAGNE ADDENDUM 2006

*Towards a tourism based on
development and solidarity*





Preamble

The Montreal Declaration (1996) reaffirmed the historical and current relevance of social tourism as a "*shaper of society*", "*driver of economic growth*", "*driver of regional planning and local development*" as well as a "*partner in global development programmes*".

It specified, at **Articles 13 to 15**, the identification criteria of social tourism, which are not limited to legal aspects, although social tourism is mainly driven and governed by the social economy players, including associations and cooperatives. More than before, the Declaration focused on the need to protect the environment and be respectful of local populations. The Montreal Declaration has introduced a relationship of solidarity between tourists and host populations aiming at a "*sustainable and sustained development*".

Since the adoption of the Montreal Declaration in 1996, world tourism has shown remarkable resilience, by maintaining its growth momentum despite slowdown periods due to natural disasters, health hazards, wars, terrorism... Its main form, mass tourism, does not always deliver the expected benefits and marginalises important population groups. Through its industrial approach, mass tourism often redirects profits to emitting countries, to the detriment of host communities. More and more organisations go against this approach by offering "soft" forms of tourism focusing on the accountability and solidarity of all the stakeholders involved in the chain of tourism.

Bearing this in mind, it is important to make some clarifications and additions to the Montreal Declaration.





At the General Assembly held in **Aubagne in May 2006**, members of **ISTO** – formerly known as **BITS** – reaffirmed the topicality and relevance of the Montreal Declaration adopted in 1996, and:

- 1.** Remind, in reference to **Article 1**, the role of independent and democratic workers' trade unions in the promotion and advocacy of everyone's right to a reasonable limitation of working hours and periodic holidays with pay;
- 2.** Specify that the full realisation of each individual's potential both as a person and as a citizen, which constitutes the prime objective of all tourism development initiatives, as asserted at **Article 2**, applies to both visitors and host communities;
- 3.** Want all tourism development stakeholders, which are – in accordance with **Article 7** – subject to the same expectations of skills, capacities and performance, to ensure that their operations create more value for, and further benefit host populations;
- 4.** Reassert, further to **Article 9**, that host communities should have access to their own tourism resources and leverage the benefits of tourism. Visitors should be welcomed without discrimination, but prioritising groups of adequate size to avoid negative impacts on the natural and cultural environments;
- 5.** Consider that special attention should be given to families, young people and senior citizens – as mentioned in **Article 3** – and to the development of travels and trips for children and teenagers, including during school terms. For many, these trips are precious moments to discover other environments and people and contribute to social cohesion, while giving them a taste for travel;



6. Insist that the participation of populations – particularly in Global South countries – in international tourism should not be limited, by political or administrative measures, to hosting visitors. Efforts should be made at all levels to ensure the free movement of people by facilitating tourist visa procedures;
7. Suggest, following the approach of establishing partnerships with global development programmes as stated in **Articles 11 and 12**, to encourage tourism operators and visitors to support development projects in the local host communities, in a spirit of solidarity and in a practical and financial manner;
8. State that among the stakeholders, mentioned at **Article 12**, with whom partnerships and collaborations should be established, one needs to integrate local non-profit development associations, non-governmental cooperation organisations (NGO) and enterprises in the social and solidarity economy, engaged in solidarity-based financial transactions, fair trade and microcredit;
9. Specify that positive workforce management practices, abiding by social regulations, defined under **Article 14** as one of the identification criteria of social tourism, must comply with the principles set out by the International Labour Organization, fundamental labour rights and applicable collective agreements;
10. Declare that in spite of the challenges caused by international terrorism and natural disasters, which require an increased level of global security, the development of tourism needs to move forward. The priority is to turn tourism into a driver of sustainable development, bridging the gap between peoples, fostering dialogue among cultures and religions, in order to contribute to world peace.



BRUSSELS ADDENDUM 2023

Towards social sustainability of tourism





Foreword

In the context of its **60 years** of existence, by publishing this second addendum to the Montreal Declaration adopted in 1996, **ISTO**, a key player in social and solidarity-based tourism, is affirming that the social sustainability of tourism is the major pillar of its sustainable development, the entry axis that acts as a lever to activate the other two pillars, economic and environmental.

This addendum is intended for its members and all those involved in tourism. With this document, ISTO invites them to exchange and collaborate on the implementation of real social sustainability. However, ISTO deems it necessary to propose a definition of social sustainability in tourism and criteria for assessing this sustainability.

Definition

Social sustainability in tourism is about stakeholders taking into account the social aspects of tourism for the people living in the places visited, the workers in the sector and the visitors themselves, with a view to ensuring their long-term survival.

By taking this into account, we aim to guarantee social justice, equal opportunities and a good quality of life for all in tourism by:

- ▶ Controlling the negative impact of tourism on present and future populations and on their social, cultural, financial and environmental resources;
- ▶ Amplifying the sustainable social benefits for all (residents, workers, visitors) in terms of accessibility, inclusion and strengthening of social ties;
- ▶ Encouraging participatory governance in tourism development;
- ▶ Promoting responsible and respectful behaviour towards both visitors and the people and places they visit.

Social sustainability in tourism is linked to its effects on societies, cultures and territories, and is assessed using a number of criteria for the various stakeholders.



Criteria for assessing social sustainability of tourism

The evaluation criteria are designed to guide tourism stakeholders in their consideration of social sustainability in **five broad categories**:

Local populations, Tourism workers, Visitors, Operational sector in tourism, Public authorities.

Local populations

The local population includes the permanent or temporary inhabitants of the place visited.

The social sustainability of tourism in relation to resident populations is assessed according to the following criteria:

- ▶ The degree of social acceptability by the population of the tourist activity and of any new tourist development;
- ▶ Respect for local economic, social and cultural activities;
- ▶ The level of participation of the population in the decision-making process and the consideration in public policies of the positive aspects - such as the income and jobs generated by tourist activity - but also the negative elements - gentrification, displacement of residents, rising cost of living, housing crisis, etc.;
- ▶ The consideration of the impacts of tourism activities and facilities on spatial planning;
- ▶ The contribution of tourism to the population's quality of life (poverty reduction, unemployment reduction, access to health and education services, cultural enrichment...);
- ▶ The downsides of tourism, such as the exploitation of workers, access to water and other resources as well as to tourist and cultural sites for the resident population.



Tourism workers

A tourism worker is someone who holds a job, permanent or otherwise, directly related to the tourism activity in both the public and institutional sectors and the private for-profit and voluntary sectors, whether as a manager, employee or self-employed.

The social sustainability of tourism for workers is assessed according to the following criteria:

- ▶ Fixed, non-permanent jobs and fair wages;
- ▶ Working conditions (valuing skills, working hours, holidays, length of contract, accommodation);
- ▶ The level of training and qualifications as well as the guarantee of continuous training;
- ▶ Reception and accommodation conditions for seasonal workers;
- ▶ The degree of inclusion without discrimination at all levels of jobs and functions;
- ▶ The empowerment of workers in a context of social dialogue.

Visitors

A visitor is someone who travels away from home to meet other people, learn about new cultures or visit different places. The term includes tourists and excursionists.

The social sustainability of visitor tourism is assessed according to the following criteria:

- ▶ Participation and non-participation in tourism, leisure and holiday activities;
- ▶ The level of encounters and exchanges between visitors and the local population;
- ▶ The diversity of visitors and the accessibility of tourist sites for all without discrimination;
- ▶ Accessibility to public and health services;
- ▶ Access to information and awareness of the culture, customs and traditions of the societies visited;
- ▶ Protection for visitors.





Operational sector in tourism

The operational sector of tourism includes all businesses in the tourism industry and social organisations active in the tourism sector.

The social sustainability of tourism in this sector is assessed on the basis of the following criteria:

- ▶ The existence of a policy of local and solidarity-based purchasing;
- ▶ Eco-responsible and fair management of the tourism offer;
- ▶ A transparent remuneration policy in line with staff skills, duties and responsibilities;
- ▶ Non-discriminatory human resources policies promoting diversity and equality at all levels of jobs and functions;
- ▶ A commitment to a policy of social responsibility and balanced, sustainable relations for the players involved throughout the tourism chain;
- ▶ Participation in a policy to develop tourism and leisure products with educational and/or social integration objectives (civic content).

Public authorities

Public authorities are the local, regional or national authorities that can determine and conduct political, legislative, regulatory or administrative action.

To assess the social sustainability of tourism, taking into account the actions of public authorities, the criteria are as follows:

- ▶ Support a network of hospitality facilities, particularly those in the social economy;
- ▶ The existence of schemes to help people go on holiday; the size of budgets allocated and actually spent on tourism-related social programmes;
- ▶ The level of protection and public safety provided to visitors;
- ▶ The implementation of a managed tourism policy that safeguards the tangible and intangible heritage and local culture;
- ▶ The management of tourist flows to avoid overcrowding of tourist sites and public spaces and promote social and territorial cohesion;
- ▶ The existence of formal mechanisms encouraging the participation of the population in the management and choice of the development of tourism activity in its territory;
- ▶ The degree of involvement of public authorities in facilitating the social, economic and physical accessibility of tourism infrastructures.



ISTO's commitments

Social sustainability, as an essential pillar of sustainable development, is a key element of ISTO's action, which is committed to:

- 1.** To provide a forum for reflection and experimentation on social sustainability and to become a key stakeholder in lobbying, disseminating and promoting social sustainability to all stakeholders in the tourism ecosystem, in particular operators, national, regional and local public authorities and international and regional institutions active in the tourism and sustainable development sector.
- 2.** To collect and consolidate information and data on the social sustainability of tourism, thanks in particular to the contribution of members active in training and research, by creating a tool for observing and analysing the social, sustainable and solidarity-based dimensions of tourism.
- 3.** To encourage its own members in the social and solidarity tourism sector to implement the social sustainability of tourism in practice in their service offer, while encouraging them to carry out development, evaluation, research and innovation activities in this respect.
- 4.** To foster cooperation with a view to identifying and developing measurable indicators and to promote, through various means of dissemination, the inclusion of criteria and indicators for the social sustainability of tourism in the policies, strategies and programmes of national, regional and local administrations responsible for tourism development.



LA DÉCLARATION DE MONTRÉAL

1996

Pour une vision humaniste et sociale du tourisme





Préambule

Que signifie aujourd'hui le **tourisme social** dans le monde? Comment les acteurs du tourisme social se perçoivent-ils? Quelles sont leurs convictions et leurs ambitions?

À partir de la réalité d'aujourd'hui, quels sont les enjeux et les perspectives à l'orée du troisième millénaire?

Il y a 25 ans déjà, l'**OITS** – anciennement **BITS** – affirmait, dans la Charte de Vienne, les dimensions sociales, culturelles, politiques et économiques du tourisme: fait fondamental de notre temps.

L'Organisation mondiale du tourisme, quant à elle, confirmait solennellement, dans sa Déclaration de Manille, les objectifs du tourisme social.

Que signifiera demain le tourisme social? Tel est l'enjeu de la Déclaration de Montréal.





1. Le tourisme social

Une haute ambition face aux défis de l'exclusion et de l'intégration

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.

ARTICLE 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.

ARTICLE 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 »

ARTICLE 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 3^e 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 œuvre 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 ».

ARTICLE 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

ARTICLE 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.

ARTICLE 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.

ARTICLE 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

ARTICLE 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.

ARTICLE 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.

ARTICLE 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

ARTICLE 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.

ARTICLE 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

ARTICLE 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.

ARTICLE 14

Cette appartenance n'est effective qu'aux conditions vérifiables ci-dessous :

- ▶ Les activités proposées intègrent des objectifs humanistes, pédagogiques, culturels de respect et d'épanouissement des personnes.
- ▶ Les publics visés sont clairement identifiés sans discrimination raciale, culturelle, religieuse, politique, philosophique, sociale...
- ▶ Une valeur ajoutée non économique fait partie intégrante du produit proposé.
- ▶ Une volonté d'insertion non perturbatrice dans le milieu local est clairement exprimée.
- ▶ 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.
- ▶ La gestion du personnel respecte les lois sociales, est valorisante et intègre une formation continue adaptée.

ARTICLE 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.



ADDENDUM D'AUBAGNE 2006

*Vers un tourisme de développement
et de solidarité*





Préambule

La Déclaration de Montréal (1996) a rappelé la pertinence historique et actuelle du tourisme social comme « *faiseur de société* », « *facteur de puissance économique* », « *acteur de l'aménagement du territoire et du développement local* » et également « *partenaire des programmes de développement mondial* ».

Elle a permis de préciser, aux **articles 13 à 15**, les critères d'identification du tourisme social qui ne se limitent pas aux seuls aspects juridiques bien que le tourisme social soit animé et géré principalement par les acteurs de l'économie sociale que sont les associations et les coopératives. Elle a mis l'accent plus que par le passé sur la nécessité de protéger l'environnement et de respecter les populations locales. La Déclaration de Montréal a introduit une relation de solidarité entre les touristes et les populations d'accueil avec comme objectif « *un développement durable et soutenu* ».

Depuis l'adoption de la Déclaration de Montréal en 1996, le tourisme mondial, qui se caractérise par une forte résilience, a continué sa progression, avec des périodes de ralentissement causées par des catastrophes naturelles, des dangers sanitaires, des guerres, du terrorisme... Il s'agit principalement d'un tourisme de masse qui n'apporte pas toujours les effets positifs escomptés et qui laisse en plan des segments importants de population; un tourisme de masse qui, par sa structure industrielle, provoque trop souvent une fuite des bénéfices vers les pays émetteurs au détriment des populations d'accueil, ce qui est de plus en plus dénoncé par ceux qui proposent des formes douces de tourisme en mettant l'accent sur la responsabilité et la solidarité de tous les acteurs de la chaîne touristique.

Cela étant dit, il importe donc d'apporter quelques précisions et ajouts à la Déclaration de Montréal.



En réaffirmant l'actualité et la pertinence de la Déclaration de Montréal, adoptée en 1996, les membres de **l'OITS – anciennement BITS –**, réunis lors de l'Assemblée générale tenue à **Aubagne en mai 2006** :

- 1.** Rappelent, en précision de **l'article 1**, le rôle des organisations syndicales de salariés, indépendantes et démocratiques, dans la promotion et la défense du droit de toute personne à une limitation du temps de travail et aux congés payés;
- 2.** Précisent que le plein épanouissement de l'être humain, en tant que personne et en tant que citoyen, constituant l'objet essentiel de toute action du développement touristique tel qu'affirmé à **l'article 2**, concerne à la fois les visiteurs et les visités;
- 3.** Souhaitent que les acteurs du développement touristique soumis, selon les termes de **l'article 7**, aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance veillent à ce que dans leurs transactions, celles-ci permettent d'accroître les bénéfiques et les retombées économiques pour les populations des pays d'accueil;
- 4.** Réaffirment, en complément de **l'article 9**, que les populations des pays d'accueil doivent avoir accès à leurs propres ressources touristiques comme aux bénéfiques du tourisme et que les visiteurs doivent être accueillis sans discrimination, en privilégiant des groupes dont la dimension est adaptée pour éviter les impacts négatifs sur les environnements naturel et culturel;
- 5.** Considèrent qu'une attention toute particulière doit être apportée aussi bien aux familles, aux jeunes et aux personnes du troisième âge, tels que mentionnés à **l'article 3**, qu'au développement des voyages ou des séjours pour les enfants et les adolescents y compris sur le temps scolaire; pour beaucoup d'entre eux, ces voyages sont des moments privilégiés de découverte d'autres environnements, d'autres personnes et concourent, tout en leur donnant le goût du voyage, à la réalisation du lien social;



6. Soutiennent que les populations de plusieurs pays, principalement celles des pays du Sud et de quelques pays de l'Est, ne doivent pas être contraintes, par des mesures politiques et administratives, à ne participer à l'activité touristique internationale que sous l'angle de l'accueil des visiteurs et qu'en conséquence des efforts doivent être entrepris à tous les niveaux pour garantir la libre circulation des personnes en favorisant l'obtention de visas de tourisme;
7. Proposent, dans la perspective d'un partenariat aux programmes de développement mondial tel qu'affirmé aux **articles 11 et 12**, d'encourager les opérateurs de tourisme et les visiteurs à appuyer concrètement et financièrement, dans un esprit de solidarité, des projets de développement dans les communautés locales visitées;
8. Affirment que, parmi les acteurs mentionnés à **l'article 12**, avec lesquels on doit établir des formes de coopération et de partenariat, il faut notamment intégrer les associations locales de développement à but non lucratif, les organisations non gouvernementales (ONG) de coopération et les entreprises d'économie sociale et solidaire engagées dans des opérations de finances solidaires, de commerce équitable et de microcrédit;
9. Précisent qu'une gestion valorisante du personnel, conforme aux lois sociales, présentée à **l'article 14** comme un critère d'identification du tourisme social, doit respecter les principes énoncés par l'Organisation internationale du travail, les droits fondamentaux au travail et les conventions collectives en vigueur;
10. Proclament qu'en dépit des problèmes posés par le terrorisme international et les catastrophes naturelles et de la nécessité, en conséquence, d'accroître la sécurité internationale, il faut non seulement assurer le développement du tourisme, mais surtout œuvrer pour faire du tourisme un réel levier de développement durable, de rapprochement entre les peuples, de dialogue entre les cultures et les religions, en vue de consolider la paix dans le monde.



ADDENDUM DE BRUXELLES

2023

Pour une durabilité sociale du tourisme





Préambule

Dans le contexte de ses **60 ans** d'existence, en rendant public ce deuxième addendum à la Déclaration de Montréal adoptée en 1996, **ISTO**, acteur clé du tourisme social et solidaire, affirme que la durabilité sociale du tourisme est le pilier majeur de son développement durable, l'axe d'entrée qui constitue un effet de levier pour activer les deux autres piliers, économique et environnemental.

Cet addendum s'adresse à ses membres ainsi qu'à l'ensemble des acteurs du tourisme. ISTO les invite par ce document à échanger et collaborer pour une mise en œuvre d'une réelle durabilité sociale. Il lui apparaît cependant nécessaire de proposer une définition de la durabilité sociale du tourisme et des critères d'évaluation de cette durabilité.

Définition

La durabilité sociale du tourisme est la prise en compte par les parties prenantes des aspects sociaux de l'activité touristique pour les populations des lieux visités, les travailleurs du secteur ainsi que pour les visiteurs eux-mêmes dans une perspective de pérennité.

Par cette prise en compte, on vise à garantir dans l'activité touristique la justice sociale, l'égalité des chances, une bonne qualité de vie pour tous en :

- ▶ Maîtrisant les impacts négatifs du tourisme sur les populations présentes et futures et sur leurs ressources, tant sociales que culturelles, financières et environnementales;
- ▶ Amplifiant les bénéfices sociaux durables pour tous (populations résidentes, travailleurs, visiteurs) en termes d'accessibilités, d'inclusion et de renforcement des liens sociaux;
- ▶ Encourageant une gouvernance participative dans le développement touristique;
- ▶ Prônant l'adoption d'un comportement responsable et respectueux tant à l'égard des visiteurs que de leur part à l'égard des populations et lieux visités.

La durabilité sociale du tourisme est liée aux effets sur les sociétés, les cultures et les territoires et elle s'apprécie par le biais d'un certain nombre de critères pour les différentes parties prenantes.



Critères d'évaluation de la durabilité sociale du tourisme

Les critères d'évaluation ont pour but d'orienter les parties prenantes du tourisme dans la considération de la durabilité sociale selon **cinq grandes catégories** :

Les populations résidentes, les travailleurs du tourisme, les visiteurs, le secteur opérationnel du tourisme, les pouvoirs publics.

Les populations résidentes

La population résidente comprend les habitants permanents ou temporaires du lieu visité.

La durabilité sociale du tourisme en regard des populations résidentes s'apprécie selon les critères suivants :

- ▶ Le degré d'acceptabilité sociale par la population de l'activité touristique et de tout nouveau développement touristique;
- ▶ Le respect des activités économiques, sociales et culturelles locales;
- ▶ Le niveau de participation de la population au processus décisionnel et la prise en compte dans les politiques publiques des aspects positifs – tels que les revenus et les emplois générés par l'activité touristique - mais aussi les éléments négatifs - gentrification, déplacement des résidents, hausse du coût de la vie, crise du logement, etc. ;
- ▶ La prise en compte des impacts des activités et installations touristiques sur l'aménagement du territoire;
- ▶ La contribution du tourisme à la qualité de vie de la population (réduction de la pauvreté, réduction du chômage, accès aux services de santé et d'éducation, enrichissement culturel...);
- ▶ Les dérives du tourisme, comme l'exploitation des travailleurs;
- ▶ L'accès à l'eau et autres ressources ainsi qu'aux sites touristiques et culturels pour la population résidente.



Les travailleurs du tourisme

Le travailleur du tourisme est celui qui occupe un emploi, permanent ou non, relié directement à l'activité touristique tant dans les secteurs public et institutionnel que privé à but lucratif et associatif, qu'il soit dirigeant, salarié ou indépendant.

La durabilité sociale du tourisme pour les travailleurs s'estime selon les critères suivants:

- ▶ Des emplois fixes, non précaires et des rémunérations équitables;
- ▶ Les conditions de travail (valorisation des compétences, temps de travail, congés, durée du contrat, logement);
- ▶ Le niveau de formation et de qualification ainsi que la garantie d'une formation continue;
- ▶ Les conditions d'accueil et de logement des travailleurs saisonniers;
- ▶ Le degré d'inclusion sans discrimination à tous les niveaux d'emplois et de fonctions;
- ▶ Le pouvoir d'agir des travailleurs dans un contexte de dialogue social.

Les visiteurs

Le visiteur est celui qui effectue un déplacement hors de son domicile pour rencontrer l'autre, connaître de nouvelles cultures ou visiter des lieux divers. Le terme comprend le touriste et l'excursionniste.

La durabilité sociale du tourisme pour les visiteurs s'évalue selon les critères suivants:

- ▶ La participation et la non-participation aux activités touristiques, de loisirs et de vacances;
- ▶ Le niveau de rencontres et d'échanges entre les visiteurs et la population locale;
- ▶ La diversité des visiteurs et l'accessibilité des sites touristiques pour tous sans discrimination;
- ▶ L'accessibilité aux services publics et de santé;
- ▶ L'accès à l'information et la sensibilisation à la culture, aux coutumes et traditions des sociétés visitées;
- ▶ La protection dont bénéficient les visiteurs.



Le secteur opérationnel du tourisme

Le secteur opérationnel du tourisme inclut l'ensemble des entreprises de l'industrie du tourisme et des organismes sociaux actifs dans le secteur du tourisme.

La durabilité sociale du tourisme pour ce secteur s'évalue en tenant compte des critères suivants:

- ▶ L'existence d'une politique de circuits courts (achats locaux et solidaires);
- ▶ Une gestion éco-responsable et équitable de l'offre touristique;
- ▶ Une politique de rémunération transparente conforme aux compétences, charges et responsabilités du personnel;
- ▶ Des politiques de ressources humaines non discriminatoires favorisant la diversité et l'égalité à tous les niveaux d'emplois et de fonctions;
- ▶ Un engagement dans une politique de responsabilité sociale et de relations équilibrées et durables des acteurs impliqués tout au long de la filière touristique;
- ▶ La participation en faveur d'une politique de développement de produits touristiques et de loisirs ayant des objectifs éducatifs et/ou d'intégration sociale (contenu citoyen).

Les pouvoirs publics

Les pouvoirs publics sont les autorités, locales, régionales ou nationales, qui peuvent déterminer et conduire l'action politique, législative, réglementaire ou administrative.

Pour évaluer la durabilité sociale du tourisme en considérant les actions des pouvoirs publics, les critères sont les suivants:

- ▶ L'appui à un réseau d'infrastructures d'accueil et notamment celles de l'économie sociale;
- ▶ L'existence de dispositifs d'aides au départ en vacances; l'importance des budgets alloués et réellement dépensés pour la réalisation de programmes sociaux reliés au tourisme;
- ▶ Le niveau de protection et de sécurité publique accordées aux visiteurs;
- ▶ La mise en œuvre d'une politique d'accueil touristique encadrée assurant la sauvegarde du patrimoine matériel et immatériel et la culture locale;
- ▶ La gestion des flux touristiques pour éviter une sur-fréquentation des sites touristiques et des espaces publics et favoriser une cohésion sociale et territoriale;
- ▶ L'existence de mécanismes formels favorisant la participation de la population dans la gestion et le choix du développement de l'activité touristique sur son territoire;
- ▶ Le degré d'implication des pouvoirs publics pour faciliter l'accessibilité sociale, économique et physique des infrastructures de la sphère touristique.



Les engagements d'ISTO

La durabilité sociale en tant que pilier incontournable du développement durable est un élément clé de l'action d'ISTO qui s'engage à :

- 1.** Constituer un espace de réflexion et d'expérimentation pour la durabilité sociale et devenir un acteur clé dans le lobbying, la diffusion et la promotion de la durabilité sociale auprès de l'ensemble des acteurs de l'écosystème touristique, notamment les opérateurs, les pouvoirs publics nationaux, régionaux et locaux ainsi que les institutions internationales et régionales actives dans le secteur du tourisme et du développement durable.
- 2.** Recueillir et consolider des informations et données en matière de durabilité sociale du tourisme grâce notamment à la contribution des membres actifs en matière de formation et de recherche par la création d'un outil permettant l'observation et l'analyse des dimensions sociale, durable et solidaire du tourisme.
- 3.** Inciter ses propres membres du secteur du tourisme social et solidaire à mettre en œuvre concrètement la durabilité sociale du tourisme dans leur offre de services tout en les encourageant à réaliser des activités de développement, d'évaluation, de recherche et d'innovation à cet égard.
- 4.** Encourager la coopération en vue d'identifier et de développer des indicateurs mesurables et de favoriser par divers moyens de diffusion la prise en compte des critères et indicateurs de durabilité sociale du tourisme dans les politiques, stratégies et programme des administrations nationales, régionales et locales en charge du développement touristique.



DECLARACIÓN DE MONTREAL

1996

Por una visión humanista y social del turismo





Preámbulo

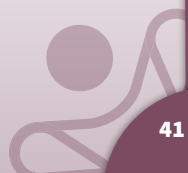
¿Qué significa hoy en día el **turismo social** en el mundo? ¿Cómo se perciben los actores del turismo social? ¿Cuáles son sus convicciones y ambiciones?

Teniendo en cuenta la realidad presente, ¿cuáles son los retos a las puertas del tercer milenio?

Hace ya 25 años, **OITS** - *anteriormente conocido como **BITS*** - afirmaba en la Carta de Viena, las dimensiones sociales, culturales, políticas y económicas del turismo: hecho fundamental de nuestra época.

La Organización mundial del turismo, por su parte, confirmaba solemnemente, en su Declaración de Manila, los objetivos del turismo social.

¿Qué significará el turismo social el día de mañana? Este es el reto de la Declaración de Montreal.





1. El turismo social

Una gran ambición frente a los desafíos de la exclusión y de la integración

Hoy día, en un mundo en el que

- ▶ Los países más ricos se ven atrapados en situaciones de ralentización del crecimiento que traen como consecuencia poblaciones que acumulan dificultades y desventajas, y que son fuente de graves alteraciones sociales;
- ▶ El dominio científico y tecnológico de la información va acompañado de un crecimiento sin empleos y abre campos de acción cultural y social todavía insospechados;
- ▶ Se constituyen grandes grupos económicos en una lógica liberal entregada a sí misma;
- ▶ Los países se desarrollan rápidamente abriéndose a las posibilidades del turismo interior;
- ▶ Otros países, o incluso continentes, se mantienen en una pobreza sorprendente;
- ▶ Por todas partes se reivindica la búsqueda de sentido;

...en ese mundo, el turismo está en fuerte progresión. Se observa un crecimiento espectacular de los desplazamientos tanto de negocios como de vacaciones, la apertura de las fronteras, la diversificación de los destinos, e innovaciones en los medios de comunicación y de transporte.

Mientras que en todas partes se cuestiona el reparto entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio, se observa también, en ciertos países, formas inaceptables de explotación de las poblaciones locales, llegando incluso hasta la prostitución de los niños.

ARTÍCULO 1

La Declaración Universal de los Derechos Humanos afirma que cualquier ser humano tiene derecho al descanso, al tiempo libre, a una limitación de las horas de trabajo y a vacaciones pagadas.

Dado que este derecho está lejos de ser un acervo social a nivel mundial, la conquista del ocio y del turismo al servicio del hombre debe continuar e intensificarse en la vía trazada por el turismo social, cuya primera ambición es el acceso al ocio turístico para todos.

ARTÍCULO 2

Es el pleno desarrollo del ser humano, como persona y ciudadano, lo que debe constituir el objeto esencial de toda acción de desarrollo turístico.



2. Las ventajas del turismo social

El turismo social: "Forjador de la sociedad"

ARTÍCULO 3

La ambición del acceso al ocio turístico para todos – incluyendo a las familias, los jóvenes y las personas de la tercera edad – compromete necesariamente a la lucha contra las desigualdades y contra la exclusión de todos aquellos que tienen una cultura diferente, poseen escasos recursos económicos, tienen capacidades físicas diferentes o viven en un país en vías de desarrollo.

Esa ambición debe traducirse en la búsqueda y la puesta en marcha de los medios para alcanzar este objetivo: definición de las políticas sociales del turismo, creación de infraestructuras, desarrollo de sistemas de ayudas a las personas menos favorecidas, sensibilización y formación del personal, etc. Las iniciativas modestas, integradas en un plan global, pueden a menudo, mejor que los proyectos a gran escala, ser "forjadoras de sociedad".

ARTÍCULO 4

Las vacaciones y los viajes son momentos y ocasiones privilegiados de enriquecimiento de la persona, por el descubrimiento de otros ambientes, otras culturas y de otras civilizaciones, por el ejercicio de actividades físicas, artísticas, deportivas o lúdicas, mediante el encuentro entre personas más allá de cualquier diferencia, por las responsabilidades asumidas libremente por los mismos turistas.

Los operadores de turismo social tienen la voluntad de contribuir a desarrollar las relaciones humanas tanto por sus acciones de formación como por sus iniciativas de animación: el turismo social es un factor de cohesión social.



El turismo social: factor de potencia económica

ARTÍCULO 5

Dirigido a todas las clases y a todas las edades, el turismo social recibe y desplaza centenares de millones de individuos por todo el mundo.

Formando parte de la economía social y solidaria, el turismo social ofrece y ofrecerá cada vez más una oportunidad económica excepcional.

Generando flujos incesantes de personas y de inversiones que contribuyen al desarrollo de las regiones, produciendo riqueza nacional e internacional, estimulando las transferencias de recursos de los países más favorecidos hacia otros menos dotados, el turismo para todos es un factor de potencia económica.

ARTÍCULO 6

Los beneficios del turismo deben repartirse entre toda la comunidad. Estos beneficios deben contribuir al desarrollo social y económico de las regiones y poblaciones en su conjunto. El sector turístico debe crear empleos y al mismo tiempo garantizar los derechos fundamentales de las personas que trabajan en este sector.

ARTÍCULO 7

Todos los protagonistas del desarrollo turístico están sometidos a las mismas exigencias. En sus funciones de empresarios gestores de equipamientos, productores o acompañantes de viajes, educadores y animadores del ocio, son agentes económicos, sometidos a las mismas exigencias de competencia, rigor y resultados.

La prosecución de un objetivo social depende directamente de la calidad de la gestión y de la mejora de los resultados.



El turismo social: protagonista del ordenamiento del territorio y del desarrollo local

ARTÍCULO 8

Antes que las organizaciones internacionales recomendaran el objetivo de un "desarrollo duradero y sostenible", el turismo social ya se lo había asignado como opción de referencia, con el fin de:

- ▶ Conciliar desarrollo turístico, protección del medio ambiente y respeto de la identidad de la población local;
- ▶ Aportar nuevos medios a regiones a menudo abandonadas;
- ▶ Acondicionar los espacios con la voluntad de no dilapidar los recursos;
- ▶ Generar beneficios económicos, sociales y culturales para la población local.

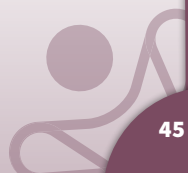
El turismo es, a escala mundial, uno de los principales motores de la revalorización de numerosas regiones. Por ello, no deberá ser, en ningún caso, pretexto para la invasión incontrolada de sitios lugares, ni para el debilitamiento de las culturas, ni para la explotación de las poblaciones.

ARTÍCULO 9

El turismo puede y debe constituir una esperanza para numerosas economías frágiles. La conservación natural de los espacios no deberá, en ningún caso, servir de pretexto al acaparamiento privilegiado en provecho de unos pocos.

ARTÍCULO 10

La información, la formación y la sensibilización de los turistas para que respeten el medio ambiente y las poblaciones constituyen uno de los objetivos esenciales del turismo social, en su papel de promotor e instigador de proyectos de desarrollo turístico.





El turismo social: socio de los programas de desarrollo mundial

ARTÍCULO 11

La conferencia de Estocolmo sobre la población y el medio ambiente, los programas de las Naciones Unidas, y la Conferencia de Río, entre otros, han identificado claramente la responsabilidad de las generaciones actuales en cuanto a los límites del crecimiento.

Siendo el turismo - controlado y respetuoso con los lugares y las poblaciones - una de las esperanzas económicas, sociales y culturales de numerosas regiones en vías de desarrollo, los operadores actuales y futuros del turismo social están y estarán disponibles para diseñar programas de ordenación, crear dispositivos jurídicos y financieros, de contribuir a la gestión, a la formación y a la animación de todas las acciones de ordenación turística previstas en los programas de desarrollo mundial.

ARTÍCULO 12

En todo el mundo son y serán indispensables nuevas formas de cooperación y de asociación, puesto que el ordenamiento turístico exige la participación de los gobiernos, de las colectividades territoriales, de las organizaciones sociales, de los sindicatos, de socios financieros, de movimientos familiares, juveniles, culturales, deportivos, ecologistas y, naturalmente, de los profesionales de la industria turística, especialmente los operadores de turismo social al servicio de proyectos de interés general.



3. Los criterios de identificación del turismo social

ARTÍCULO 13

Cualquier empresa de turismo (asociación, cooperativa, mutualidad, fundación, federación, empresa sin ánimo de lucro, etc.) cuyo acto fundador u objetivo principal indique claramente que persigue un proyecto de interés general y que busque el acceso de la mayoría al ocio turístico, desmarcándose de la sola búsqueda del máximo beneficio, puede reivindicar su pertenencia al turismo social.

El término "social" expresa además más solidaridad, fraternidad y esperanza para todos aquellos, tan numerosos aún, que siguen esperando tiempo libre en el mundo.

ARTÍCULO 14

Esta pertenencia sólo es efectiva bajo las condiciones, sujetas a verificación, que se describen a continuación:

- ▶ Las actividades propuestas integran objetivos humanistas, pedagógicos, culturales y de respeto y desarrollo de las personas;
- ▶ Los grupos a los que se dirige están claramente identificados sin discriminación racial, cultural, religiosa, política, filosófica o social;
- ▶ Un valor agregado, no económico, forma parte integrante del producto propuesto;
- ▶ Se ha definido claramente una voluntad de integración no perturbadora en el medio local;
- ▶ Las características de la actividad y del precio se identifican claramente en documentos contractuales. Los precios son compatibles con los objetivos sociales previstos. Los excedentes de cada ejercicio se invierten, en su totalidad o en parte, en la mejora de las prestaciones ofrecidas al público;
- ▶ La gestión del personal respeta la legislación social, alienta la promoción e integra una formación continua adecuada.

ARTÍCULO 15

No son los estatutos jurídicos o los procedimientos utilizados los que legitiman a los operadores turísticos, sino la acción que llevan a cabo para alcanzar un objetivo claramente afirmado y perseguido.

Los estatutos varían, en efecto, en función de las costumbres, de las prácticas o la evolución de las legislaciones. No son más que medios al servicio de los proyectos. No existe hoy día en el mundo un modelo único de referencia.



ADENDA DE AUBAGNE

2006

*Hacia un turismo de desarrollo
y de solidaridad*





Preámbulo

La Declaración de Montreal recordó la pertinencia histórica y actual del turismo social como "forjador de sociedad", "factor de potencia económica", "protagonista del ordenamiento del territorio y del desarrollo local" así como también "socio de los programas de desarrollo mundial".

Permitió definir, en los **artículos 13 al 15**, los criterios de identificación del turismo social, quienes no se limitan solamente a los aspectos jurídicos aunque el turismo social esté dirigido y gestionado principalmente por los protagonistas de la economía social como lo son las asociaciones y las cooperativas. Hizo mayor énfasis que en el pasado, en la necesidad de proteger el medio ambiente y de respetar la identidad de las poblaciones locales. La Declaración de Montreal, introdujo una relación de solidaridad entre los turistas y las poblaciones anfitrionas teniendo como objetivo "un desarrollo sostenible".

Desde la adopción de la Declaración de Montreal en 1996, el turismo mundial, que se caracteriza por una fuerte capacidad de resistencia, continúa su progresión, con algunos períodos más lentos ocasionados por las catástrofes naturales, los peligros sanitarios, las guerras, el terrorismo... Se trata principalmente, de un turismo de masa que no siempre aporta los efectos positivos previstos y que deja en espera segmentos importantes de la población; un turismo de masa que, debido a su estructura industrial, provoca con demasiada frecuencia una fuga de los beneficios hacia los países emisores en detrimento de las poblaciones locales, lo que es cada vez más denunciado por aquellos que proponen otras formas de turismo acentuando la responsabilidad y la solidaridad de las partes implicadas.

Dicho esto, es por tanto importante aportar ciertas precisiones y ampliaciones a la Declaración de Montreal.



Reafirmando la vigencia y la pertinencia de la Declaración de Montreal, adoptada en 1996, los miembros del **OITS** - *anteriormente conocido como BITS* -, reunidos en la asamblea general que tuvo lugar en **Aubagne en mayo de 2006:**

1. Recuerdan, precisando así el **artículo 1**, el rol de las organizaciones sindicales de los trabajadores, independientes y democráticas, en la promoción y la defensa del derecho de toda persona a una limitación del tiempo de trabajo y a vacaciones pagadas;
2. Precisan que el pleno desarrollo del ser humano, tanto como persona como ciudadano, que constituye el objeto esencial de toda acción de desarrollo turístico tal y como lo afirma el **artículo 2**, se refiere a la vez a los visitantes como a los visitados;
3. Desean que los protagonistas del desarrollo turístico, sometidos a las mismas exigencias de competencia, rigor y resultados según los términos del **artículo 7**, velen por que sus transacciones permitan aumentar los beneficios y las repercusiones económicas para las poblaciones de los países anfitriones;
4. Reafirman, como complemento del **artículo 9**, que las poblaciones de los países anfitriones deben tener acceso a sus propios recursos turísticos así como también a los beneficios del turismo y que los visitantes deben ser recibidos sin discriminación, privilegiando aquellos grupos cuya dimensión esté adaptada para evitar los impactos negativos sobre el medio ambiente natural y cultural;
5. Consideran que una atención muy especial debe prestarse tanto a las familias, a los jóvenes y a las personas de la tercera edad, tal y como son mencionados en el **artículo 3**, como al desarrollo de los viajes o las estancias de niños y adolescentes, incluso en tiempo escolar; para muchos de ellos, estos viajes son momentos privilegiados de descubrimiento de otros ambientes y de otras personas y contribuyen, dándoles al mismo tiempo el gusto de viajar, a la realización del vínculo social;



6. Sostienen que las poblaciones de diversos países, principalmente aquellas de los países del Sur y de algunos países del Este, no deben ser obligadas, debido a medidas políticas y administrativas, a participar en la actividad turística internacional solamente bajo el ángulo de la recepción de los visitantes y que en consecuencia, se deben emprender esfuerzos en todos los niveles para garantizar la libre circulación de las personas favoreciendo la obtención de visados turísticos;
7. Proponen, en la perspectiva de una asociación a los programas de desarrollo mundial tal y como está afirmado en los **artículos 11 y 12**, animar a los operadores turísticos y a los visitantes a apoyar concreta y financieramente, en un espíritu de solidaridad, proyectos de desarrollo en las comunidades locales visitadas;
8. Afirman que, entre los protagonistas mencionados en el **artículo 12**, con quienes se deben establecer formas de cooperación y de asociación, es necesario integrar, en particular, a las asociaciones locales de desarrollo sin fines lucrativos, a las organizaciones no gubernamentales (ONG) de cooperación y a las empresas de economía social y solidaria comprometidas con operaciones financieras solidarias, de comercio justo y de micro-crédito;
9. Declaran que una gestión que valore al personal, conforme a las leyes sociales, presentada en el **artículo 14** como un criterio de identificación del turismo social, debe respetar los principales enunciados de la Organización internacional del trabajo, los derechos fundamentales al trabajo y las convenciones colectivas en vigor;
10. Proclaman que a pesar de los problemas ocasionados por el terrorismo internacional y las catástrofes naturales y de la necesidad, en consecuencia, de aumentar la seguridad nacional, es necesario, no solamente asegurar el desarrollo del turismo sino, sobre todo, trabajar para hacer del turismo un auténtico factor del desarrollo sostenible, de acercamiento entre los pueblos, de diálogo entre las culturas y las religiones, en vista de consolidar la paz en el mundo.



ADENDA DE BRUSELAS

2023

Por la sostenibilidad social del turismo





Preámbulo

En el marco de sus **60 años** de existencia, al publicar esta segunda adenda a la Declaración de Montreal adoptada en 1996, **ISTO**, actor clave del turismo social y solidario, afirma que la sostenibilidad social del turismo es el pilar principal de su desarrollo sostenible, el eje de entrada que actúa como elemento de palanca para activar los otros dos pilares, el económico y el medioambiental.

Esta adenda está destinada a sus miembros y a todos los actores del sector turístico. Con este documento, ISTO les invita a intercambiar y colaborar en la implementación de una sostenibilidad social real. No obstante, ISTO considera necesario proponer una definición de la sostenibilidad social del turismo y criterios para evaluar esta sostenibilidad.

Definición

La sostenibilidad social del turismo significa que las partes interesadas tienen en cuenta los aspectos sociales de la actividad turística para las personas que viven en los lugares visitados, los trabajadores del sector y los propios visitantes, con vistas a garantizar su continuidad a largo plazo.

Teniendo esto en cuenta, pretendemos garantizar la justicia social, la igualdad de oportunidades y una buena calidad de vida para todos en el turismo mediante:

- ▶ El control del impacto negativo del turismo en las poblaciones presentes y futuras y en sus recursos sociales, culturales, financieros y medioambientales;
- ▶ La amplificación de los beneficios sociales sostenibles para todos (residentes, trabajadores, visitantes) en términos de accesibilidad, inclusión y fortalecimiento de los lazos sociales;
- ▶ El fomento de la gobernanza participativa en el desarrollo del turismo;
- ▶ La promoción de un comportamiento responsable y respetuoso tanto con los visitantes como con las personas y los lugares que visitan.

La sostenibilidad social del turismo está vinculada a sus efectos en las sociedades, las culturas y los territorios, y se evalúa utilizando una serie de criterios para los distintos grupos de interés.



Criterios para evaluar la sostenibilidad social del turismo

Los criterios de evaluación están diseñados para orientar a los agentes turísticos en su consideración de la sostenibilidad social en cinco grandes ejes:

Poblaciones residentes, Trabajadores del sector turístico, Visitantes, Sector operativo del turismo, Autoridades públicas.

Poblaciones residentes

La población residente incluye a los habitantes permanentes o temporales del lugar visitado.

La sostenibilidad social del turismo en relación con las poblaciones residentes se evalúa según los siguientes criterios:

- ▶ El grado de aceptabilidad social por parte de la población de la actividad turística y de cualquier nuevo desarrollo turístico;
- ▶ El respeto de las actividades económicas, sociales y culturales locales;
- ▶ El nivel de participación de la población en el proceso de toma de decisiones y la consideración que se da en las políticas públicas a los aspectos positivos -como los ingresos y puestos de trabajo generados por la actividad turística-, pero también a los elementos negativos -gentrificación, desplazamiento de residentes, encarecimiento de la vida, crisis inmobiliaria, etc.;
- ▶ Tener en cuenta el impacto de las actividades e instalaciones turísticas en el ordenamiento territorial;
- ▶ La contribución del turismo a la calidad de vida de la población (reducción de la pobreza, reducción del desempleo, acceso a los servicios sanitarios y educativos, enriquecimiento cultural...);
- ▶ Los aspectos excesivos del turismo, como la explotación de los trabajadores, el acceso de la población residente al agua y a otros recursos, así como a lugares turísticos y culturales.



Trabajadores del sector turístico

La persona que trabaja en el sector turístico es aquella que ocupa un puesto de trabajo, fijo o no, directamente relacionado con la industria turística, ya sea en el sector público, institucional, privado con ánimo de lucro o voluntario, y ya sea directivo, empleado o independiente.

La sostenibilidad social del turismo para los trabajadores se evalúa según los siguientes criterios:

- ▶ Empleos fijos, no precarios y salarios justos;
- ▶ Las condiciones de trabajo (valoración de las competencias, horarios, vacaciones, duración del contrato, alojamiento);
- ▶ El nivel de formación y cualificación, así como la garantía de formación continua;
- ▶ Las condiciones de recepción y alojamiento de los trabajadores temporeros;
- ▶ El grado de inclusión sin discriminación en todos los niveles de puestos de trabajo y funciones;
- ▶ La capacitación de los trabajadores en un contexto de diálogo social.

Visitantes

Un visitante es alguien que viaja fuera de casa para conocer a otras personas, aprender sobre nuevas culturas o visitar lugares diferentes. El término incluye a turistas y excursionistas.

La sostenibilidad social del turismo de visitantes se evalúa según los siguientes criterios:

- ▶ Participación y no participación en actividades turísticas, de ocio y vacacionales;
- ▶ Grado de encuentros e intercambios entre los visitantes y la población local;
- ▶ Diversidad de visitantes y accesibilidad de los lugares turísticos para todos sin discriminación;
- ▶ Accesibilidad a los servicios públicos y sanitarios;
- ▶ Acceso a la información y conocimiento de la cultura, costumbres y tradiciones de las comunidades visitadas;
- ▶ Protección de los visitantes.



Sector operativo del turismo

El sector operativo del turismo incluye todas las empresas de la industria turística y las organizaciones sociales activas en el sector turístico.

La sostenibilidad social del turismo en este sector se evalúa en función de los siguientes criterios:

- ▶ Existencia de una política de compras locales y solidarias;
- ▶ Gestión ecorresponsable y justa de la oferta turística;
- ▶ Política de remuneración transparente y acorde con las competencias, funciones y responsabilidades del personal;
- ▶ Políticas de recursos humanos no discriminatorias que promuevan la diversidad y la igualdad en todos los niveles de puestos y funciones;
- ▶ Compromiso con una política de responsabilidad social y relaciones equilibradas y sostenibles entre todos los agentes de la industria turística;
- ▶ Participación en una política de desarrollo de productos turísticos y de ocio con objetivos educativos y/o de integración social (contenido cívico).

Autoridades públicas

Las autoridades públicas son las autoridades locales, regionales o nacionales que pueden determinar y dirigir la acción política, legislativa, reglamentaria o administrativa.

Para evaluar la sostenibilidad social del turismo, teniendo en cuenta la actuación de las autoridades públicas, los criterios son los siguientes:

- ▶ Apoyo a una red de estructuras de recepción, sobre todo en el ámbito de la economía social;
- ▶ La existencia de programas de ayuda a la salida de vacaciones; la magnitud de los presupuestos asignados y realmente gastados en programas sociales relacionados con el turismo;
- ▶ El nivel de protección y seguridad pública de los visitantes;
- ▶ La aplicación de una política turística gestionada que salvaguarde el patrimonio material e inmaterial y la cultura local;
- ▶ La gestión de los flujos turísticos para evitar la masificación de los lugares turísticos y los espacios públicos y promover la cohesión social y territorial;
- ▶ La existencia de mecanismos formales que fomenten la participación de la población en la gestión y elección del desarrollo de la actividad turística en su territorio;
- ▶ El grado de implicación de las autoridades públicas para facilitar la accesibilidad social, económica y física de las infraestructuras turísticas.



Los compromisos de ISTO

La sostenibilidad social, como pilar esencial del desarrollo sostenible, es un elemento clave de la acción de ISTO, que se compromete a:

- 1.** Constituir un foro de reflexión y experimentación sobre la sostenibilidad social y convertirse en un agente clave de influencia, difusión y promoción de la sostenibilidad social entre todos los agentes del ecosistema turístico, en particular los operadores, las autoridades públicas nacionales, regionales y locales y las instituciones internacionales y regionales activas en el sector del turismo y el desarrollo sostenible.
- 2.** Recoger y consolidar información y datos sobre la sostenibilidad social del turismo, gracias en particular a la contribución de los miembros activos en la formación y la investigación, creando una herramienta de observación y análisis de las dimensiones sociales, sostenibles y solidarias del turismo.
- 3.** Animar a sus propios miembros del sector del turismo social y solidario a poner en práctica la sostenibilidad social del turismo en su oferta de servicios, al tiempo que les estimula a llevar a cabo actividades de desarrollo, evaluación, investigación e innovación al respecto.
- 4.** Fomentar la cooperación para la identificación y desarrollo de indicadores medibles y promover, a través de diversos medios de difusión, la inclusión de criterios e indicadores de sostenibilidad social del turismo en las políticas, estrategias y programas de las administraciones nacionales, regionales y locales responsables del desarrollo turístico.

*With the support
Avec le soutien
Con el apoyo*






isto.international

