

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

20th anniversary of the Montreal Declaration

Montreal Declaration

Towards a humanist, social vision of tourism

1996

Preamble

Twenty years ago, during its congress held in Montreal in September 1996, ISTO –formerly known as BITS– adopted the declaration “Towards a humanist, social vision of tourism”. This text, which resulted from extensive discussions and exchanges, remains –for most of us– surprisingly relevant and topical. Its authors should be praised for such achievement.

The addendum, which was adopted during the Aubagne congress in 2006, provided useful details to the original text, specifying how and why BITS set its vision and action towards “a tourism based on development and solidarity”.

Today, by focusing on these two key dimensions, ISTO truly wants to embody the spirit of this landmark text. The idea is not to rewrite the text but to translate into facts, into our extended scope and into our action the very foundations of our commitment to support women and men, their local communities, and universal development through tourism.

Our duty is to ensure the long-term relevance of the Montreal Declaration through those values.

Jean Marc Mignon, ISTO President
September 2016

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.

Art. 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.

Art. 2.

The prime objective of all tourism development initiatives should be the full realisation 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"

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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;

Les 20 ans de la Déclaration de Montréal

- 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.

Il y a tout juste 20 ans, le congrès du BITS, réuni à Montréal en septembre 1996, adoptait la Déclaration « Pour une vision humaniste et sociale du tourisme ». Ce texte, qui fit l'objet de nombreux débats et échanges préalables, demeure – selon la plupart d'entre nous – d'une étonnante actualité, et il convient d'en rendre hommage à ses auteurs.

L'addendum, adopté lors du congrès d'Aubagne, en 2006, compléta très utilement le texte initial en précisant comment et pourquoi le BITS inscrivait sa réflexion et son action dans « un tourisme de développement et de solidarité ».

Aujourd'hui, c'est en prenant en compte ces deux dimensions essentielles, que l'OITS souhaite s'approprier davantage encore le message porté par ce texte riche; nous ne proposons pas de reprendre la plume mais de traduire dans les faits, dans notre périmètre élargi, dans notre action, ce qui est à la source même de notre engagement en faveur d'un tourisme au service des femmes et des hommes, de leurs territoires et d'un développement au service du plus grand nombre.

Sachons faire encore vivre longtemps la Déclaration de Montréal autour de ces valeurs.

Jean Marc Mignon, Président de l'OITS
Septembre 2016

La Déclaration de Montréal

Pour une vision humaniste et sociale du tourisme

1996

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 ?

A 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.

Art. 1.

La Déclaration universelle des droits de l'homme affirme que tout être humain a droit au repos, au temps libre, à une limitation des heures de travail et à des congés payés.

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

Art. 2.

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

2. Les atouts du tourisme social pour demain

Le tourisme social : “faiseur de société”

Art. 3.

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

Elle doit se traduire par la recherche et la mise en 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”.

Art. 4.

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

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

Le tourisme social : facteur de puissance économique

Art. 5.

S'adressant à toutes les classes et à tous les âges, le tourisme social accueille et déplace des centaines de millions d'individus à travers le monde.

Partie prenante de l'économie sociale et solidaire, le tourisme social offre et offrira de plus en plus une chance économique exceptionnelle.

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

Art. 6.

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

Art. 7.

Tous les acteurs du développement touristique sont soumis aux mêmes exigences. Dans leurs fonctions d'entrepreneurs, de gestionnaires d'équipements, de producteurs ou d'accompagnateurs de voyages, d'éducateurs ou d'animateurs de loisirs, ils sont des agents économiques, soumis aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance.

La poursuite d'un objet social est directement dépendante d'une gestion exemplaire et de l'amélioration des résultats.

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

Art. 8.

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

- de concilier développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité de la population locale;
- d'apporter de nouveaux moyens à des régions souvent délaissées;
- d'aménager des sites avec la volonté de ne pas en dilapider les ressources;
- de générer des bénéfices économiques, sociaux et culturels pour la population locale.

Comme le tourisme est, à l'échelle mondiale, l'un des principaux moteurs à la mise en valeur de nombreuses régions, il ne saurait, en aucun cas, être prétexte à l'envahissement incontrôlé des sites ni à l'acculturation et à l'exploitation des populations.

Art. 9.

Le tourisme peut et doit constituer un espoir pour de nombreuses économies fragiles. La préservation naturelle des sites ne saurait, en aucun cas, servir de prétexte à l'accaparement privilégié au profit de quelques-uns.

Art. 10.

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

Le tourisme social : partenaire des programmes de développement mondial

Art. 11.

La Conférence de Stockholm sur la population et l'environnement, les programmes des Nations Unies et la Conférence de Rio, entre autres, ont clairement identifié la responsabilité des générations actuelles quant aux limites de la croissance.

Le tourisme - maîtrisé et respectueux des sites et des populations - constituant un des espoirs économiques, sociaux et culturels de nombreuses régions en voie de développement, les opérateurs actuels et futurs du tourisme social sont et seront disponibles pour imaginer des programmes d'aménagement, bâtir des montages juridiques et financiers, contribuer à la gestion, à la formation et à l'animation de toutes actions d'aménagement touristique prévus dans les programmes de développement mondial.

Art. 12.

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

3. Les critères d'identification du tourisme social

Art. 13.

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

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

Art. 14.

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

- 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.

Art. 15.

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

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

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 bénéfiques 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 rappellent, 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;

Los 20 años de la Declaración de Montreal

- 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.

Hace exactamente 20 años, el congreso del BITS, reunido en Montreal en septiembre 1996, adoptaba la "Declaración por una visión humanista y social del turismo". Este texto, que fue objeto de numerosos debates e intercambios previos, continúa siendo – para la mayoría de nosotros – de una actualidad sorprendente, y es conveniente rendir homenaje a sus autores.

La adenda, adoptada durante el congreso de Aubagne en 2006, completó de manera muy útil el texto inicial indicando cómo y porqué el BITS inscribía su reflexión y su acción en un "turismo de desarrollo y de solidaridad".

Hoy, tomando en cuenta estas dos dimensiones esenciales, la OITS desea apropiarse aún más del mensaje transmitido por este rico texto; no proponemos retomar la pluma sino más bien poner en práctica, en nuestro perímetro ampliado, en nuestra acción, lo que es la fuente misma de nuestro compromiso en favor de un turismo al servicio de las mujeres y de los hombres, de sus territorios y de un desarrollo al servicio del mayor número de personas.

Sepamos mantener viva todavía la Declaración de Montreal alrededor de estos valores.

Jean Marc Mignon, Presidente de la OITS
Septiembre de 2016

Declaración de Montreal

Por una visión humanista y social del turismo

1996

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.

Art. 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.

Art. 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”

Art. 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”.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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 investigador de proyectos de desarrollo turístico.

El turismo social: socio de los programas de desarrollo mundial

Art. 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.

Art. 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

Art. 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.

Art. 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.

Art. 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 periodos 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.



istoits
organisation
internationale
du tourisme social
international social
tourism organisation

www.oits-isto.org