

Déclaration de Madrid

LE TURISME AU VINGT ET UNIÈME SIÈCLE



1. VISION GLOBALE

Le tourisme s'est imposé au XXI^e siècle comme une activité fondamentale des personnes et des peuples qui s'étend aux sphères économiques, sociales, professionnelles, culturelles et éducatives. Elle mobilise les pays émetteurs et récepteurs de tourisme partout dans le monde. Ces principes ont pour objet d'inscrire et de promouvoir le tourisme dans le contexte du Programme de développement durable à l'horizon 2030, lequel constitue un plan général porteur de transformation positive pour notre monde.

2. TOURISME RESPONSABLE

Le touriste peut et doit participer à l'amélioration des destinations visitées. L'objectif primordial des 10 principes pour le tourisme au XXI^e siècle doit être que les voyages de tourisme représentent, pour le voyageur et les populations qui le reçoivent, une source de bonheur.

3. INNOVATION

L'innovation dans le tourisme doit être compatible avec toutes les dimensions humaines associées à cette activité, pour pouvoir en décider et en retenir les éléments les plus intéressants, pendant et après chaque voyage. Le tourisme au XXI^e siècle doit s'appuyer sur les possibilités d'innovation du moment, qu'il s'agisse des supports numériques ou du potentiel des nouveaux processus créatifs d'aujourd'hui.

4. ACTIVITÉ SOLIDAIRE ET DURABLE

Le tourisme, via l'Organisation mondiale du tourisme, peut contribuer à la réalisation des objectifs de développement durable découlant du Programme 2030, en faisant collaborer tous les secteurs et toutes les entités, et plus spécialement les organismes techniques et institutions spécialisées des Nations Unies. Le tourisme est un facteur essentiel de solidarité entre les peuples et les personnes. Il se doit d'être durable au niveau de la promotion et de l'organisation des voyages et, par-dessus tout, des modèles et des modalités d'accueil des touristes dans chaque destination. Cela implique de prêter une attention particulière à la préservation de l'environnement, de combattre les inégalités économiques et de promouvoir la consommation durable.

5. DESTINATIONS

L'Organisation mondiale du tourisme doit apporter son concours aux pays pour en faire des destinations authentiques et de nouveaux territoires de voyage. Le touriste du XXI^e siècle choisit une destination, plus qu'un pays ou une ville. Il organise son propre voyage dans un espace donné en fonction des possibilités offertes par les moyens de communication et de transport du moment. Quatre facteurs essentiels interviennent :

- La connectivité, indispensable aux déplacements touristiques
- L'assistance sanitaire et les modalités de prise en charge du touriste en cas de maladie ou de besoin
- La sécurité, personnelle et juridique, toujours déterminante pour organiser un voyage et choisir une destination
- La communication numérique, avec accès à la téléphonie mobile et aux différents espaces et réseaux sociaux sur internet.

6. INFRASTRUCTURES ET HÔTELS

La politique de l'Organisation mondiale du tourisme doit aussi être destinée à permettre aux différents pays de mettre en place un ensemble d'infrastructures touristiques. En s'appuyant sur les différents mécanismes et dispositifs financiers et du

financement du développement, ces infrastructures doivent être adaptées à la circulation à l'intérieur du pays mais aussi ouvrir sur d'autres espaces pour le touriste qui le souhaite.

Dans ce maillage d'infrastructures, il est indispensable que le touriste puisse disposer d'un hébergement réellement adéquat et abordable du point de vue économique.

7. GASTRONOMIE

Le tourisme tient un rôle déterminant dans l'amélioration de l'offre gastronomique d'un pays ; la gastronomie peut contribuer aux valeurs de solidarité et de durabilité portées par le tourisme en ce XXI^e siècle. La gastronomie peut être la motivation première d'un voyage et représente en tout état de cause une incitation complémentaire, quel que soit le motif du voyage ou à l'origine du choix de la destination.

Le touriste doit pouvoir se déplacer (connectivité) et, naturellement, se loger et aussi se restaurer pendant son séjour dans la destination choisie.

8. HOSPITALITÉ ET EMPATHIE

Les voyages de tourisme mettent en contact des personnes de pays différents, favorisant le rapprochement international et l'entente entre les personnes grâce à l'empathie et la sympathie.

Il est donc fondamental d'assurer une culture de l'accueil et de l'hospitalité dans les pays récepteurs, pour atteindre l'objectif primordial des déplacements touristiques, le bonheur.

9. COORDINATION

Pour une offre touristique aussi performante que possible, il faut une action commune et concertée des entreprises, du secteur privé, de la société civile et du secteur public à tous les niveaux, et à l'échelon international. Il faut prendre les dispositions voulues pour recevoir le touriste au mieux sur le lieu de la destination et faire de son voyage un espace et un moment de bonheur.

Cela doit s'accompagner d'une coordination ministérielle et administrative dans tous les domaines de la gestion publique, de sorte qu'un pays devienne une destination touristique et que le touriste profite au maximum de son voyage, en mobilisant l'organisme chargé du tourisme et ceux chargés des transports, des infrastructures, des hébergements, de l'assistance sanitaire, de la sécurité juridique, de l'ordre public et de la santé.

La coordination de tous ces ministères, départements et organismes devrait être assurée au moyen des commissions correspondantes, sous l'autorité directe d'un responsable désigné au niveau de la présidence de chaque gouvernement. Cette coordination doit garantir que toutes les mesures favorisent la reconnaissance et l'acceptation sociale du tourisme comme un « plus » pour le pays.

Ce système de coordination doit être transposé au niveau des organismes nationaux, système des Nations Unies et autres organisations internationales.

La coordination et la collaboration entre les pays sont fondamentales concernant les modalités d'échange, les modèles de réussite et les expériences.

10. FORMATION PROFESSIONNELLE

Il faut promouvoir les institutions et les mécanismes permettant une formation adéquate des acteurs du tourisme du XXI^e siècle. Il est indispensable que les responsables publics et privés mettent en place une formation professionnelle donnant accès aux connaissances, à l'expérience et à l'attitude voulues pour recevoir le touriste avec professionnalisme et humanité, dans chaque pays et chaque destination, et faire de son voyage un espace et un moment de bonheur.