

**INTERVENTION DE M. BERNARDO HERNANDEZ BATALLER,  
PRESIDENT DE LA SECTION INT DU CESE, 7/11/2006, DANS LE  
CADRE DU 5<sup>ème</sup> FORUM EUROPEEN DU TOURISME, TENU A  
CHYPRE**

Bonjour,

Monsieur le Ministre du commerce, de l'industrie et du tourisme de Chypre,  
Messieurs les représentants des institutions européennes, Parlement et  
Commission; autorités telles que le représentant du Ministre de l'économie  
et de l'innovation du Portugal, organismes internationaux, tels que  
l'Organisation mondiale du tourisme, Mesdames et Messieurs,

C'est pour moi un honneur de vous saluer dans ce cadre merveilleux qui a  
été choisi pour la tenue du 5<sup>ème</sup> Forum européen du tourisme, au nom du  
Comité économique et social européen, que je représente ici en ma qualité  
de président de la section du marché unique, de la production et de la  
consommation, au sein de laquelle sont traitées des questions relatives au  
tourisme.

Le CESE est une assemblée consultative créée par les Traités de Rome en  
1957. Constitué de représentants des diverses composantes à caractère  
économique et social de la société civile organisée, le Comité a pour  
mission fondamentale d'assurer une fonction de conseil auprès des trois  
grandes institutions (Parlement européen, Conseil de l'Union européenne et  
Commission européenne).

Le Comité est obligatoirement consulté dans les cas prévus par les Traités,  
ainsi que dans tous les cas où ces institutions le jugent opportun. Il peut  
également prendre lui-même l'initiative d'émettre des avis. Il participe

donc activement au processus de formation des politiques et de préparation des décisions communautaires.

Durant cette dernière année, en matière touristique, le CESE a élaboré spécialement deux avis sur des domaines très significatifs, comme sont le "Tourisme social en Europe" et le "Tourisme et la culture".

En ce qui concerne le tourisme social, et sans chercher à le définir précisément, nous pouvons dire - en partant du principe que le tourisme est un droit général qui doit être accordé à toute personne - qu'il existe une activité de tourisme social à partir du moment où les trois conditions suivantes sont réunies:

- existence d'une situation réelle d'incapacité totale ou partielle à exercer pleinement le droit au tourisme. Cela peut être lié à la situation économique, à une incapacité physique ou mentale, à une situation d'isolement personnel ou familial, de mobilité réduite, de difficultés géographiques ou à une grande variété de causes qui constituent au final un obstacle réel;
- il faut que quelqu'un, que ce soit une institution publique ou privée, une entreprise, un syndicat ou simplement un groupe organisé de personnes, se propose d'agir (et agisse) pour vaincre ou réduire cet obstacle qui empêche une personne d'exercer son droit au tourisme;
- cette action doit être effective et contribuer à ce qu'un groupe de personnes fasse du tourisme dans les conditions et en respectant les valeurs de durabilité, d'accessibilité et de solidarité.

En définitive, de la même façon que le tourisme en général est une activité qui regroupe plusieurs secteurs, branches d'activité et domaines, le tourisme

social englobe l'ensemble des initiatives qui rendent le tourisme accessible aux personnes ayant des difficultés particulières et qui entraînent des effets positifs d'ordre social et économique, également dans divers secteurs, activités, collectivités et domaines.

Le tourisme social est et doit être une activité économique, même si ce n'est pas son seul objectif. En tant que telle, il doit être régi par les principes de base de rentabilité des investissements et de réalisation d'un bénéfice suffisant pour poursuivre et atteindre ses principaux objectifs. Seules les entreprises compétitives et rentables au sens large peuvent proposer des produits de qualité, sûrs et présentant des garanties pour les consommateurs. L'hétérogénéité du tourisme social montre que les entreprises et organisations qui se consacrent à cette activité l'exercent de façon rentable étant donné qu'elles ont une structure consolidée, un marché adéquat et des prix cohérents avec ce marché. Il convient notamment de mentionner la création d'emplois induite par les organisations de tourisme social, aussi bien durant toute l'année que durant la basse saison, ce qui pallie le chômage des travailleurs concernés.

Mais si le tourisme social est une activité économique, c'est également une véritable activité sociale, qui procure des avantages dans ce domaine. L'utilisateur en bénéficie pour ses vacances, les salariés du secteur du tourisme en bénéficient dans leur emploi et la société dans son ensemble en bénéficie sur le plan social. Dans le cas de l'Europe, le tourisme social fait partie intégrante de la construction de l'Europe des citoyens et son influence à ce niveau ne pourra que croître. Les voyages en Europe du plus grand nombre de citoyens possible se traduiront sans aucun doute par une connaissance, une compréhension et une tolérance accrues.

Les valeurs du tourisme social, valeurs qu'il apporte à la société européenne, sont très nombreuses. Citons notamment:

- la satisfaction des bénéficiaires, non seulement du fait de l'activité directe de vacances en elle-même, mais aussi du fait de la forme particulière sous laquelle se déroule cette activité de loisirs;
- la dimension et les valeurs humaines de l'activité;
- l'amélioration de l'équilibre et du développement personnels des bénéficiaires et de la communauté d'accueil;
- la rentabilité et les bénéfices économiques pour l'industrie du tourisme, en particulier du fait de l'allongement de la haute saison;
- les bénéfices en matière de création d'emplois stables et de qualité à l'année;
- le maintien de conditions de durabilité dans les destinations touristiques;
- la valorisation de l'environnement local, de ses ressources naturelles, sociales, culturelles et patrimoniales;
- le renforcement des connaissances et des échanges entre les divers pays de l'UE.

Cet ensemble de valeurs, les succès que connaît actuellement le tourisme social, les perspectives de croissance de l'activité ainsi que la recherche et l'apparition de nouveaux produits font que le tourisme social a une excellente image en Europe, à tous les points de vue.

Dans son avis d'initiative sur *"Tourisme et culture: deux facteurs de croissance"* le CESE a pour objectif d'attirer l'attention des institutions européennes sur l'impact positif que la culture est susceptible d'avoir sur le tourisme en Europe et de les inviter à s'engager dans la valorisation et la

protection des richesses culturelles du vieux continent. En effet, contrairement à ce qui se passe dans d'autres secteurs de l'industrie, ces richesses ne peuvent être ni reproduites ni délocalisées et sont dès lors un atout gagnant pour lutter contre la concurrence exercée par d'autres zones géographiques.

Parmi les secteurs touristiques qui connaissent la croissance la plus importante figure le tourisme culturel, c'est-à-dire le tourisme basé sur la richesse artistique et des paysages, les villes d'art et les régions à forte densité de patrimoine historique et de traditions locales.

Pour promouvoir efficacement le tourisme culturel et séduire également le "touriste indifférent à la culture", il convient d'analyser et de développer les différentes facettes de ce secteur et d'essayer d'identifier ses tendances générales et son potentiel de développement futur. Les principales facettes du tourisme culturel sont les suivantes: patrimoine artistique, événements, foires et manifestations, œnologie, gastronomie et tourisme rural, tourisme cinématographique et parcs à thèmes culturels.

Les contributions que les nouvelles technologies informatiques et de communication peuvent fournir en matière de valorisation des biens culturels à des fins touristiques: réalisation de sites Internet et canaux télévisés satellitaires et numériques, utilisation de clips audio et vidéo pour téléphones cellulaires de dernière génération, reconstruction de monuments et atmosphères historiques et artistiques grâce aux techniques de réalité virtuelle.

Une gestion efficace du tourisme culturel peut également avoir des conséquences positives sur les autres segments de ce secteur, du tourisme

balnéaire au tourisme du troisième âge, en passant par le tourisme de montagne et le tourisme d'affaires.

Par ailleurs, l'espérance de vie de la population européenne s'est considérablement allongée. Or, le tourisme culturel est parfaitement adapté aux exigences d'un public "sénior", qui décide de plus en plus fréquemment de consacrer son temps libre à l'étude et à la connaissance de nouvelles cultures. Cette situation répond également à la nécessité de promouvoir le tourisme pendant les périodes de l'année qui forment la basse saison.

L'Union européenne peut sans aucun doute également jouer un rôle moteur dans la mise en place des actions visant à promouvoir l'intégration entre le tourisme culturel et les autres segments de ce secteur.

Nous souhaitons saluer l'excellent travail réalisé par la Commission européenne, avec laquelle nous collaborons étroitement dans ce domaine.

Enfin, il ne me reste plus qu'à vous remercier de votre invitation à participer à ce Forum européen sur le tourisme et à féliciter le Ministre du commerce, de l'industrie et du tourisme de Chypre, la présidence finlandaise et la Commission européenne de cette bonne organisation, en leur rappelant que le Comité économique et social européen est disposé et s'est engagé à collaborer à l'approfondissement du processus d'intégration européenne.

Merci beaucoup!