



UN Tourism



**BEST
TOURISM
VILLAGES**
by UN Tourism

Best Tourism Villages by UN Tourism

Domaines d'évaluation
Édition 2025

Best Tourism Villages by UN Tourism

Domaines d'évaluation
Édition 2025

L'initiative Best Tourism Villages by UN Tourism a pour but de faire du tourisme une force positive pour la transformation, le développement rural et le bien-être des communautés. Elle vise à faire progresser le rôle du tourisme dans la valorisation et la sauvegarde des villages ruraux ainsi que leurs paysages, leurs systèmes de connaissance, leur diversité biologique et culturelle, leurs valeurs et activités locales (agriculture, sylviculture, élevage et/ou pêche), y comprise leur gastronomie.

L'initiative promouvra, en particulier, des approches innovantes et transformatrices pour le développement du tourisme dans les destinations rurales qui contribuent aux trois piliers de la durabilité - économique, social et environnemental - conformément aux Objectifs de Développement Durable (ODD).

L'initiative Best Tourism Villages by UN Tourism vise à maximiser le rôle du tourisme pour :

1. Réduire les inégalités régionales de revenus et de développement
2. Lutter contre l'exode rural
3. Faire progresser l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des jeunes
4. Promouvoir la transformation rurale et renforcer la capacité de traction
5. Renforcer la gouvernance à plusieurs niveaux, les partenariats et la participation active des communautés (collaboration public-privé-communauté)
6. Améliorer la connectivité, les infrastructures et l'accès au financement et à l'investissement
7. Faire avancer l'innovation et la numérisation
8. Innover en matière de développement des produits et d'intégration de la chaîne de valeur
9. Promouvoir la relation entre les systèmes alimentaires durables, équitables et résilients et le tourisme pour préserver la biodiversité, la biodiversité agricole, le patrimoine culturel et la gastronomie locale
10. Favoriser la conservation des ressources naturelles et culturelles
11. Promouvoir les pratiques durables en vue d'une utilisation plus rationnelle des ressources et d'une réduction des émissions et des déchets
12. Renforcer l'éducation et l'acquisition de compétences

Domaines d'évaluation

Dans le cadre de la définition du tourisme rural donnée par l'ONU Tourisme¹, un village rural doit présenter les caractéristiques suivantes pour être éligible :

- **Faible densité de population**, et un maximum de 15 000 habitants
- Être situé dans un **paysage** avec une présence importante d'activités traditionnelles telles que l'agriculture, la sylviculture, l'élevage ou la pêche.
- Partager les **valeurs** et le **mode de vie** de la communauté.

Les candidatures ne peuvent être présentées que par le biais des États membres de l'ONU Tourisme, dans la limite de **huit** villages par État Membre.

Les candidatures seront évaluées par un comité consultatif indépendant et multidisciplinaire sur la base des domaines suivants (Section 4. Domaines d'évaluation (Areas of Evaluation) du formulaire en ligne) :



1. Ressources culturelles et naturelles

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village possède des ressources naturelles et culturelles (matérielles et immatérielles) reconnues au niveau infranational, national, régional ou international.

- 1.1. Le village possède des ressources culturelles (matérielles et immatérielles).
- 1.2. Le village possède des ressources naturelles reconnues



2. Promotion et conservation des ressources culturelles

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village est engagé à conserver et à promouvoir ses ressources culturelles

¹ Organisation mondiale du tourisme (2019), *Définitions du tourisme de l'OMT*, OMT, Madrid.
DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

qui le rendent unique et authentique.

- 2.1. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à la conservation et à la promotion de ses ressources culturelles.

\$ 3. Durabilité économique

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village s'attache à promouvoir la durabilité économique en misant sur le développement des entreprises, l'entrepreneuriat et l'investissement.

- 3.1. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à favoriser l'accès au financement du développement touristique et l'investissement touristique.
- 3.2. Le village diffuse et/ou promeut un cadre propice au développement des entreprises, en particulier des Micro, Petites et Moyennes Entreprises (MPME) et de l'entrepreneuriat.

Objectifs de Développement Durable (ODDs):

4. Durabilité sociale



Le village s'engage à promouvoir l'inclusion sociale et l'égalité.

- 4.1. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à favoriser l'emploi dans le secteur du tourisme.
- 4.2. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à promouvoir l'équilibre femmes-hommes dans le tourisme et l'appui de l'acquisition de compétences, de l'emploi et de l'entrepreneuriat des jeunes (17-29 ans).
- 4.3. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, des mesures et des initiatives visant à élargir les perspectives pour les populations vulnérables dans le tourisme : les résidents sous-représentés appartenant à des groupes autochtones ou minorités ethniques et les résidents en situation de handicap.

- 4.4. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives en faveur des ressources humaines, de l'éducation et de l'acquisition de compétences, visant en particulier sur la promotion de l'innovation et à combler les carences en ce qui concerne les compétences numériques dans le tourisme.
- 4.5. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives, pour faire progresser l'accessibilité pour les voyageurs ayant des besoins spécifiques.



5. Durabilité environnementale

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village est attaché à la durabilité environnementale par la promotion et/ou la diffusion de politiques, de mesures et d'initiatives qui favorisent la préservation et la conservation de ses ressources naturelles et minimisent l'impact du développement touristique sur l'environnement.

- 5.1. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives, pour la préservation et la conservation des ressources naturelles.
- 5.2. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à lutter contre le changement climatique.
- 5.3. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives pour la réduction des plastiques à usage unique dans le tourisme.
- 5.4. Le village diffuse et/ou promeut des politiques, mesures et initiatives visant à contrôler et à réduire l'impact du tourisme sur la consommation énergétique et d'eau et la production d'eaux usées et de déchets solides.



6. Développement du tourisme et intégration de la chaîne de valeur

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le tourisme dans le village est considérablement commercialisé et développé. Il favorise en outre l'amélioration de la chaîne de valeur du tourisme et la compétitivité de la destination dans les domaines liés à l'accès au marché, au marketing et à la promotion, à l'innovation, au développement et à la qualité

des produits.

- 6.1. Le village est intégré dans une zone présentant des attraits touristiques plus larges (par exemple, il fait partie d'un itinéraire thématique national, régional ou international, d'un groupe de villages ayant des valeurs naturelles et culturelles communes, d'un parc naturel, etc.)
- 6.2. Le village offre des possibilités d'hébergement qui reflètent les valeurs rurales et locales.
- 6.3. Le village promeut la gastronomie locale et une culture culinaire locale.
- 6.4. Le village promeut l'inclusion des agriculteurs, des producteurs locaux (artisanat, etc.) dans le tourisme, dans des produits, des activités et des expériences liés aux traditions locales et en facilite l'achat par les touristes.
- 6.5. Le village met en œuvre ou défend la mise en œuvre de normes de qualité touristique et des systèmes de certification des entreprises et des prestataires de services touristiques.
- 6.6. Les entreprises du village disposent d'installations de commerce électronique et/ou de paiements électroniques.
- 6.7. Le village possède une signalétique touristique.
- 6.8. Le village a la capacité d'accueillir des événements et/ou a développé des événements pertinents, notamment liés à la culture, aux connaissances et aux produits locaux.
- 6.9. Le village a ou participe à des plans/initiatives de marketing et de promotion.
- 6.10. L'offre touristique du village est bien représentée dans les canaux de distribution de voyages en ligne et hors-ligne..
- 6.11. Le village promeut et propose des produits et des expériences innovants.

Le tourisme apporte un impact économique positif à la communauté, sans diminuer les activités économiques existantes telles que l'agriculture, la sylviculture, l'élevage et/ou la pêche et leurs industries de transformation.



7. Gouvernance et priorité accordée au tourisme

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village s'engage à faire du tourisme un pilier stratégique du développement

rural. Il promeut en outre un modèle de gouvernance fondé sur les partenariats public-privé, la coopération avec les autres niveaux de gouvernement et l'engagement de la communauté dans la planification et le développement du tourisme.

- 7.1. Le village dispose d'un plan ou d'une politique de développement touristique.
- 7.2. Le village dispose d'une entité/espace dédiée au développement et à la gestion du tourisme (public/public-privé ou privé).
- 7.3. Le village diffuse et/ou promeut la coopération entre les entreprises du village.
- 7.4. Le village coopère avec les gouvernements nationaux ou régionaux dans le cadre d'initiatives touristiques.
- 7.5. Le village diffuse et/ou promeut la participation de la communauté et ses résidents à la planification et au développement du tourisme ; et il a des mesures qui contribuent à ce que le tourisme améliore le bien-être et la satisfaction.
- 7.6. Le village collabore avec les institutions éducatives et académiques en matière de tourisme.



8. Infrastructure et connectivité

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village a des infrastructures facilitant l'accès et les communications qui améliorent le bien-être des populations rurales, le développement des entreprises de même que l'expérience des visiteurs.

- 8.1. Le village dispose d'infrastructures de transport adéquates pour faciliter la connectivité.
- 8.2. Le village dispose d'un accès adéquat aux services tels que l'eau potable, les services d'assainissement et l'électricité.
- 8.3. Le village est doté d'une technologie de communication et d'infrastructures numériques adéquates.



9. Santé, sûreté et sécurité

Objectifs de Développement Durable (ODDs):



Le village a en place des systèmes de santé, de sûreté et de sécurité pour la protection des résidents et des touristes.

- 9.1. Le village possède/fait partie d'un plan/système de santé publique, de sûreté et de sécurité.
- 9.2. Le village dispose/est proche de services de soins de santé.
- 9.3. En cas de vulnérabilité aux catastrophes naturelles, le village dispose/fait partie d'un plan d'urgence.

Glossaire de termes de tourisme et autres définitions

Activité/activités : Dans les statistiques du tourisme, le terme activités recouvre les actions que les personnes accomplissent et les comportements qu'elles adoptent en prévision d'un voyage et pendant ce voyage en leur qualité de consommateurs.²

Chaîne de valeur touristique : On entend par chaîne de valeur touristique la séquence d'activités primaires et d'appui fondamentales, du point de vue stratégique, au rendement du secteur du tourisme. Les processus reliés entre eux d'élaboration des politiques et de planification intégrée, de développement des produits et de composition de forfaits, de promotion et de marketing, de distribution et de vente ou encore l'activité et les services de la destination sont les principales activités primaires de la chaîne de valeur touristique. Les activités d'appui comprennent le transport et l'infrastructure, le développement des ressources humaines, le développement des technologies et des systèmes et d'autres biens et services complémentaires n'étant pas forcément liés à l'exploitation touristique proprement dite, mais ayant une forte incidence sur la valeur du tourisme.³

Compétitivité d'une destination touristique : La compétitivité d'une destination touristique est la capacité qu'a la destination d'utiliser efficacement ses ressources naturelles, culturelles, humaines, créées par l'homme et en capitaux pour mettre au point et fournir des produits et des services touristiques de qualité, novateurs, éthiques et attrayants afin d'obtenir une croissance durable s'inscrivant à l'intérieur du projet d'ensemble et des objectifs stratégiques qui sont les

siens, d'accroître la valeur ajoutée du secteur du tourisme, d'améliorer et de diversifier ses composantes commerciales ainsi que d'optimiser son attractivité et les avantages pour les visiteurs comme pour la communauté locale dans une optique durable.⁴

Dépenses touristiques : Les dépenses touristiques s'entendent des sommes déboursées pour l'acquisition de biens et de services de consommation, ainsi que d'objets de valeur, pour usage propre ou cédés sans contrepartie, en prévision et au cours de voyages de tourisme. Elles comprennent les dépenses réalisées par les visiteurs eux-mêmes, ainsi que les dépenses qui sont payées ou remboursées par autrui.⁵

Destination touristique : On entend par destination touristique un espace physique délimité ou non selon des critères administratifs et/ou d'analyse dans lequel le visiteur peut passer la nuit. C'est le groupement (au même endroit) de produits/services et d'activités/expériences le long de la chaîne de valeur touristique et c'est une unité de base pour l'analyse du tourisme. Une destination réunit différents acteurs et peut entrer dans un réseau pour former des destinations plus vastes. L'image et l'identité de la destination en sont des caractéristiques immatérielles pouvant influencer sur sa compétitivité sur le marché.⁶

Industries touristiques : Les industries touristiques comprennent tous les établissements dont l'activité principale est une activité caractéristique du tourisme. Les

² Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire,OMT, Madrid (en ligne), disponible sur: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>.

³ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

⁴ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

⁵ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

⁶ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

industries touristiques, également appelées activités touristiques, sont les activités qui produisent régulièrement des produits caractéristiques du tourisme. Les expressions industries touristiques et activités caractéristiques du tourisme sont équivalentes et les Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008 (paragraphe 5.10 et 5.11 et figure 5.1) les utilisent parfois comme synonymes.⁷

Innovation dans le tourisme : L'innovation dans le tourisme est l'introduction d'une composante nouvelle ou améliorée dans le but d'en obtenir des retombées, matérielles et immatérielles, pour les parties prenantes du tourisme et la communauté locale, d'accroître la valeur de l'expérience touristique et les compétences fondamentales du secteur du tourisme et, partant, d'améliorer la compétitivité et/ou la durabilité du tourisme. L'innovation dans le tourisme peut être appliquée, par exemple, aux destinations touristiques, produits touristiques, technologies, processus, modèles organisationnels et commerciaux, savoir-faire, architecture, services, outils et/ou pratiques de gestion, marketing, communication, exploitation, assurance qualité et tarification.⁸

Produit touristique : On entend par produit touristique la combinaison d'éléments matériels et immatériels (par exemple : ressources naturelles, culturelles et créées par l'homme, curiosités, installations, services et activités autour d'un centre d'intérêt spécifique) représentant la pièce centrale du plan de marchéage (marketing mix) de la destination et formant une expérience de visite globale, y compris d'émotions, pour le consommateur potentiel. Un produit touristique est tarifé et vendu à

travers des circuits de distribution. Il a un cycle de vie.⁹

Qualité d'une destination touristique : La qualité d'une destination touristique est le résultat du processus correspondant à la satisfaction de tous les besoins et de toutes les exigences et attentes du consommateur en termes de produits et de services touristiques, à un prix acceptable et conformément aux conditions contractuelles ayant été convenues, avec les facteurs implicites qui le sous-tendent tels que la sûreté et la sécurité, l'hygiène, l'accessibilité, les communications, les infrastructures ainsi que les équipements et services collectifs. La qualité d'une destination touristique recouvre également des considérations éthiques, de transparence et de respect envers l'environnement humain, naturel et culturel.¹⁰

Recensement : Un recensement est le dénombrement complet d'une population ou de groupes de population à un moment donné relativement à des caractéristiques bien définies, comme, par exemple, la population, la production ou la circulation sur certaines routes.¹¹

Secteur du tourisme : Tel que le conçoit le Compte satellite du tourisme (CST), le secteur du tourisme est l'ensemble des unités de production relevant de différentes industries qui fournissent les biens et les services de consommation réclamés par les visiteurs. Ces industries sont appelées industries touristiques parce que les achats des visiteurs représentent une part significative de leur offre, de sorte que, en l'absence de ces visiteurs, ces industries

⁷ Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire, OMT, Madrid (en ligne), available at: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

⁸ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

⁹ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

¹⁰ Organisation mondiale du tourisme (2019), Définitions du tourisme de l'OMT, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

¹¹ Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire, OMT, Madrid (en ligne), available at: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

cesseraient leur production.¹²

Touriste (ou visiteur qui passe la nuit) : Un visiteur (interne, d'entrée ou à l'étranger) est classé comme touriste (ou visiteur qui passe la nuit) si son voyage comprend un séjour d'une nuit ou, dans le cas contraire, comme visiteur de la journée (ou excursionniste) [Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008, paragraphe 2.13].¹³

Voyage/voyageur : Le voyage s'entend de l'activité des voyageurs. Un voyageur est une personne qui se déplace entre des lieux géographiques différents dans un but et pour une durée quelconques (Recommandations internationales sur les statistiques du tourisme 2008, paragraphe 2.4). Le visiteur est un type spécifique de voyageur et, partant, le tourisme est un sous-ensemble de la catégorie voyage.¹⁴

12 Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire,OMT, Madrid (en ligne), available at: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

13 Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire,OMT, Madrid (en ligne), available at: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

14 Organisation Mondiale du Tourisme (2019), Glossaire,OMT, Madrid (en ligne), available at: <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>

Références et bibliographie

- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), World Tourism Organization (UNWTO) and World Trade Organization (WTO)** (2013), *Aid for trade and value chains in tourism*, available at: <https://unstats.un.org/unsd/trade/events/2013/foc/docs/16%20-%20AID%20FOR%20TRADE%20AND%20VALUE%20CHAINS%20IN%20TOURISM.pdf>
- World Intellectual Property Organization (WIPO) and World Tourism Organization (UNWTO)** (2021), *Boosting Tourism Development through Intellectual Property*, Geneva: WIPO, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422395>
- World Tourism Organization** (2022), *Baseline Report on Climate Change in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423965>
- World Tourism Organization** (2022), *A Youth-led Recovery of Global Tourism, Priorities and Recommendations*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423705>
- World Tourism Organization** (2022), *Measuring the Sustainability of Tourism – Learning from Pilots*, UNWTO, Madrid, <https://www.e-unwto.org/doi/10.18111/9789284424061>
- World Tourism Organization** (2022), *G20 Bali Guidelines for Strengthening Communities and MSMEs as Tourism Transformation Agents – A People-centred Recovery*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423828>
- World Tourism Organization** (2022), *G20 Bali Guidelines for Strengthening Communities and MSMEs as Tourism Transformation Agents – A People-centred Recovery, Case Studies* UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423804>
- World Tourism Organization** (2021), *Accessibility and Inclusive Tourism Development in Nature Areas – Compendium of Best Practices*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422777>
- World Tourism Organization** (2020a), *AIUa Framework for Inclusive Community Development through Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422159>
- World Tourism Organization** (2020b), *UNWTO Recommendations on Tourism and Rural Development – A Guide to Making Tourism an Effective Tool for Rural Development*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422173>
- World Tourism Organization** (2019a), *Global Report on Women in Tourism – Second Edition*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420384>
- World Tourism Organization** (2019b), *UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) – Preparing DMOs for new challenges*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420841>
- World Tourism Organization** (2019c), *UNWTO Tourism Definitions*, UNWTO, Madrid. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- World Tourism Organization and Huzhou City** (2017), *International Rural Tourism Development – An Asia-Pacific Perspective*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418824>
- World Tourism Organization** (2016), *Recommendations on Accessible Information in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417899>

6

World Tourism Organization (2013), *Sustainable Tourism for Development Guidebook - Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284415496>

World Tourism Organization (2011), *Toolbox for Crisis Communications in Tourism*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413652>

World Tourism Organization (2009a), *Handbook on Tourism Destination Branding*, UNWTO, Madrid. DOI: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284413119>

World Tourism Organization (2009b), *Handbook on Tourism Product Development*. UNWTO, Madrid. Available in <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284413959>

World Tourism Organization (2004), *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations - A Guidebook*, UNWTO, Madrid <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284408382>



Dans le but de faire du tourisme une force positive de transformation, de développement rural et de bien-être des communautés, l'initiative des **Best Tourism Villages by UN Tourism** vise à faire progresser le rôle du tourisme dans la valorisation et la sauvegarde des villages ruraux, ainsi que des paysages, des systèmes de connaissances, de la diversité biologique et culturelle, des valeurs et des activités locales qui leur sont associés.

L'ONU Tourisme - Organisation Mondiale du Tourisme, une institution spécialisée des Nations unies, est la principale organisation internationale jouant un rôle décisif et central dans la promotion du développement d'un tourisme responsable, durable et universellement accessible. Elle sert de forum mondial pour les questions de politique touristique et de source pratique de savoir-faire en matière de tourisme. Elle compte 160 pays, 6 territoires, 2 observateurs permanents et plus de 500 membres affiliés.