

تقرير اللجنة العالمية لآداب السياحة

إضافة ١

تطبيق المدونة العالمية لآداب السياحة

أولاً. الخلفية

١. اللجنة العالمية لآداب السياحة هي الهيئة المسؤولة عن رصد ومراقبة تطبيق المدونة العالمية لآداب السياحة، وهي ترفع تقاريرها بهذا الشأن إلى الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية والجمعية العامة للأمم المتحدة. تُجمع المعلومات ذات الصلة عن طريق الدراسات الاستقصائية على مستوى الأعضاء، وقد نُفِدت هذه الدراسات في الأعوام ٢٠٠٠ و ٢٠٠٤ و ٢٠٠٩، وكان آخرها في ٢٠١٤/٢٠١٥. تتوفر هذه التقارير على الموقع الإلكتروني <http://ethics.unwto.org/en/content/implementation-reports-global-code-ethics-tourism> بصورة عامة، منذ العام ٢٠٠٠، استجابت ١٢٨ دولة وإقليمًا مع واحدة على الأقل مع الدراسات الاستقصائية الأربعة التي أطلقتها المنظمة، ما يمثل ٨٢% من الأعضاء (أنظر المرفق الأول).

٢. بالإضافة إلى ذلك، وكنتيجة للحملة التي أطلقتها منظمة السياحة العالمية في ٢٠١١ لتعزيز الممارسات الأخلاقية في قطاع الأعمال المعني بالسياحة، بدأت الجهات الموقعة على ميثاق النزاهة الخاص بالمدونة العالمية لآداب السياحة برفع تقاريرها إلى اللجنة حول الطريقة التي تترجم فيها مبادئ المدونة ضمن عملياتها التجارية. ولكن، تجدر الإشارة إلى أنّ ميثاق النزاهة الخاص بالمدونة ليس برنامج اعتماد أو تصديق، وأنّ الإجابات المقدّمة في إطار الدراسة الاستقصائية حول تطبيق المدونة تعتمد كليًا على التقييم الذاتي للشركات والرابطات.

ثانياً. التطبيق على مستوى الدول الأعضاء في منظمة السياحة العالمية

٣. في الدراسة الاستقصائية الأخيرة (٢٠١٤/٢٠١٥)، تلقت أمانة المنظمة إجابات من ٦١ دولة عضو وإقليمًا، بما في ذلك دولة واحدة غير عضو في المنظمة (أنظر المرفق الثاني). المناطق التي سجّلت أعلى معدّلات إجابة هي: أوروبا (٤٢% من الدول الأعضاء)، أفريقيا (٢٤%) والقارة الأمريكية (٢٢%).

٤. بالإضافة إلى القبول الرسمي للضماني للمدونة من قبل جميع الدول الأعضاء في منظمة السياحة العالمية خلال الدورة الثالثة عشرة للجمعية العامة في سانتياغو في ١٩٩٩، أُعطيَت المدونة بعدًا إنفاذيًا إضافيًا في عددٍ من البلدان عبر أجهزتها المؤسسية المختصة. ففي الدراسة الاستقصائية الحالية، أشارت ألبانيا والأرجنتين والجمهورية الدومينيكية وهايتي والمغرب ونيجيريا وجمهورية إندونيسيا وأوروغواي إلى اعتمادها قرارًا برلمانيًا/وزاريًا حول تطبيق المدونة العالمية لآداب السياحة. كذلك، اعتمدت مدينة بورتو برنيس في الفلبين قرارًا تتبني فيه رسميًا المدونة العالمية لآداب السياحة في أيلول/سبتمبر ٢٠١٤.



٥. في السياق نفسه، أفادت ٢٩ دولة عضو أنها قد أدخلت بعض مبادئ المدونة العالمية لأداب السلوك ضمن تشريعاتها الوطنية، في حين تنطلق ٢٧ دولة أخرى من مبادئ المدونة كأساس لها لدى وضع الأنظمة الوطنية. على سبيل المثال، قامت حكومة الهند بالتعاون مع مكتب الأمم المتحدة المعني بالمخدرات والجريمة ومنظمة إنقاذ الطفولة ورابطة آسيا والمحيط الهادئ للسياحة بوضع "مدونة القواعد السلوكية للنشاط السياحي المأمون الشريف"، هدفها ضمان عنصر سلامة في السياحة لكل من السياح والمجتمعات المحلية.

٦. تمثل الإجراء الأكثر شيوعاً الذي اتخذته الدول الأعضاء لدعم المدونة في نشرها وتعميمها على مختلف أصحاب المصلحة في قطاع السياحة (٦٦% من المجيبين)، تلاه ترجمة المدونة إلى اللغات الوطنية والمحلية (٤٦ بلداً).

٧. أظهرت الدراسة بروز ممارسة أخرى في استخدام الأدوات الإلكترونية عبر الانترنت لنشر المدونة (عن طريق المواقع الإلكترونية، وتوافيق الرسائل الإلكترونية، والحلقات الدراسية التدريبية الشبكية). وقد قدمت حكومة إسبانيا سرداً مفصلاً للقنوات المستخدمة لترويج المدونة، والتي شملت النشر عن طريق الموقع الإلكتروني التابع للوزارة؛ وتوزيع المدونة على هيئات السياحة الرفيعة المستوى ورابطات السياحة في إسبانيا؛ وتنظيم ثلاث حلقات عمل عبر الانترنت مع حكومات أمريكا اللاتينية حول الممارسات الفضلى في إطار المسؤولية الاجتماعية للشركات والمؤسسات؛ وأخيراً، ممارسة ترويجية استثنائية ومثيرة للاهتمام تمثلت في إدخال المدونة كجزء ضمن النموذج المستخدم عند توقيع اتفاقات تعاون مع هيئات سياحية من بلدان أخرى.

٨. أشارت مجموعة من البلدان الأوروبية إلى أنها تعول على القطاع الخاص في تطبيق المدونة، وقد ركزت جهودها بالتالي على الشركات والكيانات المؤسسية. مثلاً، استحدثت وزارة الاقتصاد الهولندية بوابة إلكترونية في ٢٠٠٤ من أجل إرشاد الشركات والربط بينها ودعمها في اتخاذ خطوات بعيدة المدى في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، وعهدت بعملية نشر المبادئ الأخلاقية للمدونة إلى جهات القطاع الخاص الهولندية التي وقعت على ميثاق الالتزام بمدونة العالمية لأداب السياحة.

٩. تمّ تحديد عدد من الاتجاهات الإقليمية المثيرة للاهتمام من بين الممارسات الفضلى التي أفيد بها في إطار الدراسة الاستقصائية. فيبدو أن منطقة القارة الأمريكية تضع تركيزاً خاصاً على الحملات والتشريعات المتصلة بحماية حقوق الأطفال في قطاع السياحة. على سبيل المثال، اعتمدت وزارة السياحة الأرجنتينية في ٢٠١٣ برنامجاً تحت عنوان "السياحة المسؤولة وحماية الأطفال"، وهو يتضمن مجموعة من الخطوات ومبادرات التعاون المشتركة بين الوزارات، وحملات التوعية في القطاع الأكاديمي، والتعاون مع القطاع الخاص. البيرو أيضاً أشارت إلى أن وزارة السياحة تتخبط في حملات لمنع الاستغلال الجنسي للأطفال في السياحة منذ العام ٢٠٠٥، وأنه قد تم وضع مدونة وطنية لقواعد السلوك موجّهة إلى القطاع الخاص، بلغ عدد الموقعين عليها ١٢٠٦ موقعاً في ٢٠١٣. كذلك الأمر، أقرت أوروغواي تنظيمًا وطنيًا (٢٠١٣/٣٩٨) في كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٣، يلزم مزودي الخدمات السياحية بتطبيق سلسلة من التدابير الموجّهة نحو القضاء على استغلال الأطفال في السياحة.

١٠. الجدير بالملاحظة أيضاً هو العمل المُنجَز على مستوى دعم رفاه المجتمع المحلي في القارة الأمريكية: أشارت كل من الأرجنتين وكولومبيا والجمهورية الدومينيكية إلى تنفيذ مشاريع تركز على تعزيز التفاهم بين الثقافات والحضارات. يُذكر أن البلدين الأول والثاني يتعاونان في مجال تنمية وتطوير المواقع السياحية التي توجد فيها مجتمعات أصلية، في حين تركز جمهورية الدومينيكا على تأثير نموذج السياحة الشاملة للجميع على المجتمعات المحلية.

١١. بالاستناد إلى الإجابات التي وردت ضمن الدراسة، يبدو أن الحكومات الأفريقية عموماً تضع تركيزاً أكبر على دعم وتحفيز السياحة المستدامة من خلال السياسات البيئية: ٨٠% من المجيبين (١٢ من أصل ١٥) من المنطقة أشاروا إلى أن قوانينهم وأنظمتهم تغطي التنمية المستدامة، وبشكلٍ أكثر حمياً البيئة الطبيعية، والتنوع البيولوجي، والأحياء البرية والمناظر الطبيعية. وخير مثال على ذلك هيئة السياحة الوطنية في بوتسوانا التي قدمت سياسة بوتسوانا البيئية بالاستناد إلى دليل أفضل الممارسات في السياحة، واعتمدت نظاماً لمنح الشهادات في قطاع السياحة البيئية، وتبنت سياسة لإدارة الموارد الطبيعية قائمة على المجتمع المحلي. كذلك، أشارت هيئة السياحة الوطنية في غانا إلى سياستين اثنتين ذات صلة، إحدهما تتعلق بالبيئة والأخرى تتعلق بالغابات والأحياء البرية.

١٢. باختصار، على الرغم من أن معدّل الإجابات العام جاء أعلى مقارنةً بالدراسة الاستقصائية الأخيرة حول تطبيق المدونة في ٢٠١٠، إلا أنه لا يزال من المفاجئ أن يكون معدّل الإجابات متدنياً على مستوى إدارات السياحة الوطنية في مناطق مثل جنوب آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط.

١٣. لربما كان الطابع الطوعي لمدونة الآداب نفسها أحد العوامل الرئيسية التي تفسر مستوى التطبيق المعتدل حتى الآن للمبادئ الأخلاقية من قبل إدارات السياحة الوطنية، وكذلك التردد في الإفادة بإجراءات التطبيق ذات الصلة في هذا المجال. وقد رأت اللجنة العالمية لآداب السياحة أنه من الضروري تحسين مستوى تطبيق المدونة. وعليه، عهدت، بالتشاور مع أمانة منظمة السياحة العالمية، إلى المستشار القانوني بإعداد اقتراح بشأن تحويل المدونة إلى اتفاقية دولية ملزمة قانونياً.

ثالثاً. التطبيق على مستوى القطاع الخاص

١٤. مع انتشار العولمة وازدياد التنافسية والقدرة على التنقل، تراجعت مسألة صون حقوق الإنسان واحترام البيئة والمجتمع في ممارسات العمل في الكثير من القطاعات الصناعية، بما فيها السياحة. لذلك، اعتمد الالتزام الطوعي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات كواحد من السبل المتبعة لمعالجة الآثار السلبية التي تخلفها الأعمال التجارية.

١٥. ولتعزيز الشفافية والمسؤولية في الممارسات التجارية، أطلقت أمانة منظمة السياحة العالمية في العام ٢٠١١ حملة موجهة نحو القطاع الخاص، دعت فيها الشركات السياحية والرابطات التجارية ذات الصلة إلى الانضمام إلى ميثاق التزام القطاع الخاص بالمدونة العالمية لآداب السياحة. بتوقيع هذا الميثاق، تلتزم الجهات الموقعة بواجب رفع تقارير إلى اللجنة العالمية لآداب السياحة حول التدابير التي تتخذها من أجل تطبيق المدونة. ويحق للجهات الموقعة أن تستخدم شعاراً خاصاً في مواد التواصل لديها طالما أنها تستوفي متطلبات رفع التقارير، وطالما لا توجد بحقها أي مؤشرات أو شكاوى حول ممارسات غير أخلاقية.

١٦. في هذا السياق، لا بد من لفت الانتباه إلى واقع أن التزام القطاع الخاص ليس برنامجاً للاعتماد والتصديق، وإنما هو مجرد إعلان نوايا من جانب الشركات والرابطات التي وقعتها. والدراسة الاستقصائية بشأن التطبيق التي يطلب من الجهات الموقعة المشاركة فيها هي أداة للتقييم الذاتي، ولا تضمن بالتالي الامتثال لمدونة الآداب.

١٧. عوضاً عن ذلك، ينبغي اعتبار الدراسة الاستقصائية حول تطبيق المدونة وسيلة للحصول على معلومات بشأن السياسات والممارسات الحالية لقطاع السياحة في مجال المسؤولية الاجتماعية للشركات، بما يمكن اللجنة من وضع قائمة بالخطوات والإجراءات قيد التنفيذ فعلاً، وبالتالي تحديد الثغرات المحتملة التي قد تتطلب تحليلاً معمقاً أكثر وإصدار توجيهات. والمجالات الخمسة التي اختيرت لهذا الغرض هي: (١) حوكمة الشركات وأخلاقيات العمل؛ (٢) نوعية العمل؛ (٣) العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان؛ (٤) رفاه المجتمع المحلي؛ (٥) الاستدامة البيئية.

١٨. لغاية ٣٠ حزيران/يونيو ٢٠١٥، كانت ٤١٧ شركة ورابطة من ٥٧ بلدًا قد وقعت على ميثاق التزام القطاع الخاص بالمدونة العالمية لآداب السياحة (اللائحة الكاملة بأسماء الجهات الموقعة متوفرة على الموقع الإلكتروني <http://ethics.unwto.org/en/private-sector-signatories-of-the-commitment>). ولكن، وحدها الكيانات الـ ٣٦٣ التي كانت قد وقعت على الالتزام قبل ١ كانون الثاني/يناير ٢٠١٥ تلقت استبيان الدراسة الاستقصائية لملئه (يذكر أن الجهات الموقعة تُعطى مدة ستة أشهر للبدء بالتطبيق). ومن أصل الكيانات الـ ٣٦٣ هذه، أجاب ما مجموعه ١٣٤ كياناً على الاستبيان (٨٢ شركة و٥٢ رابطة). تجدر الإشارة إلى أن عملية جمع البيانات تتواصل مع انخراط كيانات جديدة بشكل مستمر في المبادرة.

ألف. التطبيق على مستوى الشركات



١٩. لغاية ٣٠ حزيران/يونيو ٢٠١٥، تلقت أمانة منظمة السياحة العالمية ردوداً على الدراسة الاستقصائية من ٨٢ شركة من أصل ١٨٩ (٤٣%). وقد جاءت معظم الردود من القارة الأمريكية، التي سجلت أيضاً أعلى معدل استجابة (أنظر الرسم البياني).

٢٠. وبشكل غير متوقع، تبين أن جميع الشركات المجيبة موجودة في عشرة بلدان فقط، وهي أرمينيا وتشيلي وكوستاريكا وألمانيا وإندونيسيا واليابان والمكسيك والفلبين وقطر وإسبانيا.

٢١. في ما يتعلق بالترويج للمدونة، عملت الشركات بشكل أساسي على نشر المدونة داخلياً وتوزيعها على أفراد فريق العمل من خلال أدوات النشر الإلكترونية مثل المواقع والبوابات الإلكترونية التابعة لها.

٢٢. على مستوى التطبيق، تبيّن أن معظم الجهات المحببة قد سبق وأدخلت المدونة ضمن مدونات الأخلاق الموجودة فعليًا للقطاعات المعنية، إضافةً إلى مدونات السلوك الداخلية والسياسات والبرامج المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. كذلك، تمّ إدخال المدونة غالبًا ضمن الدورات التدريبية وحلقات العمل المعطاة للموظفين.

٢٣. طُلب من الشركات أن تقيّد بما لديها من سياسات معنية بالمسؤولية الاجتماعية ومتصلة بالمجالات الخمسة المذكورة أعلاه، وجاءت النتيجة توزيعًا متساويًا ما بين المجالات الخمسة المطروحة. كذلك، تبيّن أنّ العديد من الشركات قد بذلت جهودًا مبتكرة في مجال رفاة المجتمع المحلي والاستدامة البيئية، في حين جاءت الأمثلة الجيدة أقل بكثير بالنسبة إلى الحوكمة ونوعية العمل والعدالة الاجتماعية.

٢٤. ومن بين الممارسات الفضلى المثيرة للاهتمام والمتصلة برفاة المجتمع المحلي المبادرات التي أطلقها الاتحاد الدولي للسياحة (TUI AG)، وهي شركة عالمية للسياحة والسفر. أطلقت الشركة مدرسة روبنسون الفندقية في العام ٢٠٠٨، في أغادير، المغرب، وهدفها توفير التدريب وفرص العمل للشباب في قطاع السياحة النامي في هذا البلد. أطلق مشروع مشابه ركّز على تمكين المرأة، وهو قيد التنفيذ حاليًا في تونس (٢٠١٢-٢٠١٦)، حيث يؤمّن التدريب المهني النوعي لمديرات الفنادق الإناث من أجل تعزيز تقدّم المرأة في قطاع السياحة. مثال آخر يأتي من المكسيك، حيث تقوم الشركة التابعة للاتحاد الدولي للسياحة، "تومسن"، إلى جانب شركة "توماس كوك غروب" بمساعدة نساء المايا في إنتاج العسل، ومستحضرات الزينة والتجميل، والمربي المصنوع من الفواكه المحلية، لبيع هذه المنتجات في فنادقهم. بالإضافة إلى ذلك، أطلقت شركة "توماس كوك" منتج مسيرة "العلامة المحلية" في ٢٠١٣، الذي يسمح لها بقياس مدى تأثير أعمالها على الاقتصادات المحلية.

٢٥. وبغية تأمين الدعم المالي المتواصل للمشاريع الاجتماعية، تعاونت شركة "أماديوس" (Amadeus IT Group) مع منظمة اليونيسف ومجموعة من شركات الطيران، لإنشاء منصة تقنية لبرنامج تبرعات يستطيع المسافرون من خلاله القيام بتبرعات صغيرة جدًا عبر الإنترنت. بعد سنة من إطلاق المشروع مع الخطوط الجوية الألبيرية، ساهمت تبرعات أكثر من ٣٨٠٠٠ مسافر في تأمين لقاحات لـ ٦٠٠٠٠٠ طفل في تشاد. كذلك الأمر، ساهم أكثر من ٦٠٠٠٠ مسافر عبر الخطوط الجوية الألبيرية وخطوط "فين إير" بنحو نصف مليون دولار تقريبًا، يجري استخدام هذا المبلغ حاليًا في برنامجين تابعين لليونيسف، هما برنامج التحصين العالمي وبرنامج "مدارس من أجل آسيا".

٢٦. كذلك، تكرّرت الأمثلة الجيدة المتعلقة بالاستدامة البيئية، ومعظمها من أمريكا اللاتينية. مثلًا، يعتمد فندق بارادور، الواقع بالقرب من منتزه مانويل أنطونيو الوطني في كوستاريكا، نظام الأوزون الذي يسمح بخفض استهلاك المياه بنسبة ٣٥%، واستخدام مواد التنظيف والمساحيق الملتينة للنسيج بنسبة ٥٠%. كذلك، جميع مستحضرات الغسل مثل الشامبو والبسم والصابون، هي مواد قابلة للتحلل البيولوجي وتُشحن مجددًا إلى المعمل من أجل إعادة استخدامها في منتجات التنظيف وغسل الثياب. وفي السياق نفسه، يسهر القيّمون على منتزه "مغامرات الغابات المطيرة"، الواقع بالقرب من سان خوسيه في كوستاريكا، على حماية ٥٦٥ هكتارًا من الغابات المطيرة، مع الحرص على توفير المعلومات للموظفين والسائح حول كيفية المساهمة في حماية الثروة النباتية والحيوانية. وتتخرط الشركة في أعمال تنظيف المنتزهات الوطنية والشواطئ، وهي تقوم بتدوير كل المواد المستهلكة في المكاتب، وتوفير المياه والطاقة من خلال محطات معالجة المياه في المنتزه.

٢٧. تمّ إطلاق مبادرات مماثلة من قبل وكالة السفر "أندينا دل سور" في تشيلي، التي تؤمّن إمدادًا مجانيًا للكهرباء لجميع أفراد المجتمع المحلي في "بولا" في منطقة لوس لاغوس، حيث تتخرط الشركة في السياحة البيئية وسياحة المغامرات، لتفادي استخدام حطب الوقود والمحافظة على المنتزه الوطني في المنطقة. كما تروّج الشركة لاستخدام الطاقة النظيفة والطاقة المتجددة، وأنظمة الاحتراق النظيف في القرية.

٢٨. على مستوى الحوكمة، قامت وكالة السفر اليابانية "H.I.S." بتشكيل لجنة معنية بالمسؤولية الاجتماعية للشركة في ٢٠١٢، ولجنة فرعية معنية بالترويج للمسؤولية الاجتماعية تعقد اجتماعات شهرية لرصد وتحديد المسائل ذات الأولوية في "H.I.S." بالاستناد إلى توجيهات المنظمة الدولية لتوحيد المقاييس (ISO26000) المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية. وتعمل اللجنة على تقييم مستوى تطبيق الأهداف الموضوعية على المديين القصير والمتوسط في كل إدارة ولكل بند من البنود المطروحة، وقياس مدى تأثيرها على الأعمال التجارية بشكل عام.

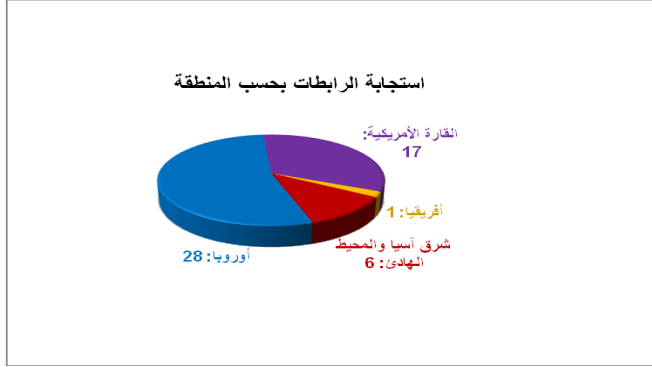
٢٩. تعتمد مجموعة "غروبو بارسلو" (Grupo Barceló)، وهي سلسلة فنادق متعدّدة الجنسيات مقرّها في إسبانيا، خطة شاملة ومفصّلة حول نوعية العمل وجودته. وتتضمّن الخطة برامج متصلة بالوقاية من المخاطر والسلامة في العمل، ودعم التوازن بين العمل والحياة الخاصّة، وضمان الشفافية في الإعلان عن الوظائف الجديدة عبر البوابة الإلكترونية الخاصّة بالموظفين. والجدير بالذكر هو أنّ البوابة الإلكترونية تتضمّن النصّ الكامل لمدونة الأخلاقيات في الشركة، التي

تسترشد بالمدونة العالمية لأداب السياحة، والتي تندرج أيضًا كبندي في كل الوثائق التعاقدية في الشركة. بالإضافة إلى ذلك، تتعاقد الشركة مع منظمات غير حكومية من أجل تأمين فرص العمل للأشخاص من ذوي الاحتياجات الخاصة. وخلال العام ٢٠١٤، تم تنفيذ ما مجموعه ٦٨٩ نشاط معني ببناء القدرات.

٣٠. على الرغم من أن العديد من الشركات تعتمد سياسة تكافؤ الفرص والوصول للجميع، إلا أن المبادرات الرامية إلى تعزيز العدالة الاجتماعية والمساواة بين الجنسين والوصول للجميع كانت نادرة. ولكن، برزت بعض الاستثناءات، منها فندق تيبيرا أتاكاما في تشيلي، الكائن في سان بدرو دي أتاكاما، حيث يظهر أن ٤٠% من المناصب الإدارية فيه تتولاها نساء؛ وشركة أماديوس (Amadeus IT Group)، التي تدعم وتروج للمساواة بين الجنسين من خلال شبكة المرأة في أماديوس، وهدفها دعم التطور المهني للمرأة في المنظمة.

٣١. بالإضافة إلى ذلك، ينفذ فندق تيبيرا أتاكاما عددًا من المبادرات في مجال العدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان. فلقد تم تدريب موظفي الفندق على التعرف على حالات استغلال الأطفال، كما تم تشييد مبنى الفندق بطريقة استحدثت فيها طابق للنزلاء في المستوى الأرضي بغية تسهيل وصول الأشخاص المعوقين. كما يتعاون الفندق مع مؤسسة "سمارت تريب"، ويوفر دورات تدريبية حول تطوير وتنمية الأعمال لأصحاب المشاريع الصغيرة في تشيلي، بهدف تمكينهم من البقاء في مجتمعاتهم المحلية الأصلية والحفاظ على هويتهم الثقافية.

باء. التطبيق على مستوى الرابطة السياحية



٣٢. أرسل استبيان الدراسة إلى ١٧٥ رابطة كانت قد وقعت على ميثاق الالتزام قبل كانون الأول/ديسمبر ٢٠١٤ ضمناً. ولغاية ٣٠ حزيران/يونيو ٢٠١٥، كانت أمانة منظمة السياحة العالمية قد استلمت ردوداً من ٥٢ رابطة (٣٠%). معظم الردود جاءت من أوروبا تبعثها القارة الأمريكية، في حين لم يسجل أي رد من الشرق الأوسط.

٣٣. وفي حين بيّنت الدراسة أن معظم الرابطة قد أضافت روابط إلكترونية إلى مواقعها الإلكترونية تحيل إلى المدونة، إلا أن الطرق المبتكرة لنشر المدونة كانت قليلة بحسب ما تبين من الردود. مثلاً، قامت الرابطة الألمانية للسياحة والسفر (DRV) بتوفير نص سهل القراءة بالنسبة إلى السائح على موقعها الإلكتروني، يمكن تحميله من قبل منظمي الجولات السياحية وإضافته إلى وثائق السفر الخاصة بالسائح.

٣٤. تبين أيضاً أن الكثير من الرابطة السياحية لم تتخذ إلا خطوات بدائية في ما يتعلق بتطبيق المدونة. غير أن مجموعة من الممارسات الفضلى تظهر أن المدونة قد شكلت فعلاً مصدر إلهام بالنسبة إلى الرابطة السياحية في إطار تطوير أو تحسين مبادئها التوجيهية الأخلاقية، كما هي الحال بالنسبة إلى الرابطة الدانمركية لوكلاء السفر ومنظمي الجولات السياحية (DRF)، التي ارتكزت على المدونة العالمية لأداب السياحة لدى تطوير إستراتيجيتها المتصلة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات. هذا وقد تم اعتماد مبادئ المدونة في تصميم مجموعة الأدوات الأساسية لإستراتيجية المسؤولية الاجتماعية في الرابطة الدانمركية لوكلاء السفر ومنظمي الجولات السياحية، والتي تهدف إلى إرشاد الأعضاء وتوجيههم من أجل الالتزام بمبادئ السياحة المستدامة وتزويدهم بأدوات ملموسة لتطبيق إستراتيجيات المسؤولية الاجتماعية للرابطة. كذلك، أفاد الاتحاد الأسترالي لوكلاء السفر (AFTA) أن المدونة قد شكلت نقطة ارتكاز في تطوير برنامج الاعتماد لدى الرابطة، والذي يشكل أساساً مرجعياً للجودة في صناعة السفر والسياحة، بحيث يكون على الشركات الراغبة في الحصول على شهادة الاعتماد ضمن هذا البرنامج أن تلتزم بالمدونة العالمية لأداب السياحة.

٣٥. وعلى غرار الشركات، توزعت سياسات المسؤولية الاجتماعية لدى الرابطة السياحية بشكل متساوٍ ما بين المجالات الخمسة المختارة. وفي حين ظهر أن الحوكمة وأخلاقيات العمل هي أكثر المجالات استقطاباً للتركيز والاهتمام، تبين في المقابل أن المشاريع المبتكرة في مجال المسؤولية الاجتماعية ترتبط في الغالب بالعدالة الاجتماعية وحقوق الإنسان وكذلك الاستدامة البيئية.

٣٦. في ما يتعلق بحقوق الإنسان، كانت الرابطة الألمانية للسياحة والسفر (DRV) الشريك الرئيسي في إطلاق حملة "لا تنظر بعيداً" في ألمانيا والنمسا وسويسرا، التي تهدف إلى تسهيل عملية التبليغ عن الحالات المشبوهة من الاستغلال

الجنسي للأطفال في سياق السياحة والسفر. وقد قامت هذه الحملة، من جملة أمور أخرى، بإنتاج فيلم فيديو قصير ومؤثر، بعنوان "شاهد" لنشر الوعي حول هذه المسألة. كذلك، أطلقت الرابطة الهولندية لوكلاء السفر ومنظمي الجولات السياحية (ANVR) حملة في مطار سخيبول، موجّهة إلى المسافرين إلى مقاصد بعيدة، تشجعهم فيها على الإبلاغ عن أي حالات يشتبهون فيها بوجود سياحة جنسية يُستغل فيها الأطفال. نُفِذَت هذه الحملة بالتعاون مع وزارة الأمن والعدل، والشرطة العسكرية الملكية، وشبكة "إيكبات" الهولندية لمكافحة استغلال الأطفال في البغاء والمواد الإباحية والاتجار بهم لأغراض جنسية (ECPAT NL)، ومؤسسة "بلان نادر لاندز" (Plan Netherlands).

٣٧. بالإضافة إلى ذلك، أشارت مجموعة من الرابطات إلى أنّها تشارك في مبادرة "ترافلايف" المدعومة من قبل الاتحاد الأوروبي بعنوان "نظام استدامة السفر الخاص بمنظمي الجولات السياحية ووكالات السفر"، وتُعنى هذه المبادرة بالتدريب والإدارة والتصدير لشركات السياحة الملتزمة بتطبيق ممارسات الاستدامة. وعلى منصتها الإلكترونية، تقدّم مبادرة ترافلايف مجموعة من الأدوات التثقيفية والاختبارات، إضافةً إلى عملية تصديق مفصّلة خطوة بخطوة. ويتضمّن البرنامج سلسلة من معايير الاستدامة التي يجب أن تستوفيها المنظمات المعنية لكي تصبح جزءاً من المشروع، بما في ذلك مكافحة كل أشكال استغلال البشر، مثل السياحة الجنسية وعمالة الأطفال.

٣٨. تمّ تطبيق عددٍ من الممارسات الفضلى المرتبطة بالتنمية المستدامة من قبل الرابطة الدانمركية لوكلاء السفر ومنظمي الجولات السياحية (DRF). فالرابطة تشارك في مشروع "الحلول المناخية"، وهو مشروع علمي ينفذه الطلاب في جامعة كوبنهاغن، الذي يعطي تقديرات حول إجمالي حجم الانبعاثات من المباني التي تملكها الرابطة، ويقترح حلولاً حول كيفية تخفيضها. كذلك، وبالتعاون مع Ingenco2.dk، وهو مشروع عالمي معني بشؤون المناخ وممول من قبل الحكومة الدانمركية، قامت الرابطة بتطوير آلة حاسبة لانبعاثات ثاني أكسيد الكربون، يستطيع أعضاء الرابطة تقديمها كهدية لزبائنهم من أجل الحدّ من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون خلال السفر. كذلك، تقوم الرابطة الألمانية للسياحة والسفر (DRV) بالترويج لمسألة الاستدامة من خلال الجائزة الدولية لحماية البيئة والمسؤولية الاجتماعية المعروفة باسم "EcoTrophea". وفي السياق نفسه، يعمل اتحاد الشركات السياحية في تشيلي (Fedetur) منذ العام ٢٠١٢ على قيادة برنامج مشترك ما بين القطاعين العام والخاص من أجل تعزيز اعتماد ممارسات الاستدامة على مستوى شركات السياحة في تشيلي. وقد وضع الاتحاد سبعة أدلة حول الممارسات الفضلى تتوجّه، من ضمن جهات أخرى، إلى الفنادق والمطاعم ومراكز المؤتمرات والبلديات، وتتضمّن توصياتٍ حول كيفية تحسين عنصر الاستدامة في عملياتها.

٣٩. يبدو أنّ غالبية المُجيبين لديهم سجل واضح وثابت في مجال سياسات المسؤولية الاجتماعية للشركات. وتطبيق المدونة العالمية لأداب السياحة بالنسبة إلى معظمهم، يسمح لهم بتوسيع نطاق سياسات المسؤولية الاجتماعية لديهم باستخدام إطارٍ دولي للسياحة، ويمكنهم في الوقت نفسه من أن يكونوا جزءاً من مبادرة عالمية.

المرفق الأول. الدراسات الاستقصائية لمنظمة السياحة العالمية حول تطبيق المدونة العالمية لأداب السياحة على مستوى الدول الأعضاء في المنظمة والأعضاء المشاركين والمراقبين

List of respondents (all surveys: 2000, 2004, 2008 and 2015)

Total: 128

1. Albania (2004, 2015)
2. Algeria (2004)
3. Andorra (2015)
4. Angola (2004, 2015)
5. Argentina (2004, 2008, 2015)
6. Armenia (2004)
7. Australia (2008)
8. Austria (2000, 2004, 2008, 2015)
9. Azerbaijan (2004, 2015)
10. Bahamas (2015)
11. Bangladesh (2000, 2004, 2008, 2015)
12. Belarus (2015)
13. Benin (2004, 2015)
14. Bhutan (2004)
15. Bolivia (2004)
16. Bosnia and Herzegovina (2008, 2015)
17. Botswana (2000, 2008, 2015)
18. Brazil (2000, 2004, 2008, 2015)
19. Brunei Darussalam (2015)
20. Burundi (2000, 2004)
21. Cambodia (2004)
22. Cameroon (2000, 2004, 2008, 2015)
23. Canada (2000, 2004, 2008)
24. Central African Republic (2000)
25. Chile (2004, 2008)
26. Colombia (2004, 2008, 2015)
27. Congo (2004, 2015)
28. Croatia (2000)
29. Costa Rica (2004, 2008, 2015)
30. Côte d'Ivoire (2004)
31. Cyprus (2000, 2004, 2008)
32. Czech Republic (2000, 2004, 2015)
33. Dominican Republic (2004, 2015)
34. Ecuador (2000, 2004, 2008, 2015)
35. Egypt (2000, 2004)
36. El Salvador (2000, 2004)
37. Eritrea (2004)
38. Ethiopia (2000)
39. Fiji (2000, 2004)
40. Finland¹ (2015)
41. Flemish Community of Belgium (2004, 2008, 2015)
42. France (2000)
43. Gabon (2004, 2015)
44. Gambia (2015)
45. Germany (2004, 2008, 2015)
46. Georgia (2000, 2015)
47. Ghana (2000, 2015)
48. Greece (2000, 2004, 2008, 2015)
49. Guatemala (2000, 2004)
50. Guinea (2004)
51. Guinea – Bissau (2000)
52. Haiti (2015)
53. Honduras (2004)
54. Hong Kong, China (2004)
55. Hungary (2000, 2004, 2015)
56. Indonesia (2000, 2004, 2008, 2015)
57. Iran, Islamic Republic of (2004)
58. Israel (2004, 2015)
59. Italy (2004, 2004, 2008)
60. Jamaica (2000, 2004, 2008, 2015)
61. Japan (2000, 2015)
62. Jordan (2004, 2008)
63. Kenya (2000, 2004, 2008, 2010)
64. Kyrgyzstan (2004)
65. Latvia (2008)
66. Lesotho (2000, 2004)
67. Lithuania (2004, 2015)
68. Macau S.A.R., China (2000, 2008)
69. Madeira, Portugal (2004)
70. Malawi (2004)
71. Malaysia (2004)
72. Maldives (2015)
73. Mali (2004)
74. Malta (2004)
75. Mauritius (2000, 2004)
76. Mexico (2004, 2015)
77. Monaco (2004)
78. Montenegro (2004)
79. Morocco (2004, 2015)
80. Myanmar (2015)
81. Netherlands (2004, 2015)
82. Nicaragua (2000, 2015)
83. Niger (2000, 2004)
84. Nigeria (2004, 2008, 2015)
85. Oman (2004)
86. Panama (2000, 2004, 2015)
87. Paraguay (2004)
88. Peru (2004, 2008)
89. Philippines (2000, 2004)
90. Poland (2004)
91. Portugal (2004, 2008, 2015)
92. Puerto Rico (2004)
93. Republic of Korea (2004)
94. Republic of Madagascar (2000, 2004, 2008)
95. Republic of Moldova (2004, 2015)
96. Republic of Seychelles (2000, 2004)
97. Romania (2004, 2015)
98. Russian Federation (2000)
99. San Marino (2000, 2008)
100. Saudi Arabia (2004, 2008)

¹ Not a UNWTO member state

101. Senegal (2000, 2004, 2008, 2015)
102. Serbia (2004, 2015)
103. Slovakia (2000, 2004, 2008, 2015)
104. Slovenia (2004, 2015)
105. South Africa (2004, 2008)
106. Spain (2004, 2008, 2015)
107. Sri Lanka (2000, 2004)
108. St. Eustatius, Netherlands Antilles (2000)
109. Sudan (2008, 2015)
110. Swaziland (2008, 2015)
111. Switzerland (2015)
112. Syrian Arab Republic (2000, 2004)
113. Thailand (2000, 2004)
114. The former Yugoslav Republic of Macedonia (2015)
115. Togo (2004, 2008)
116. Tunisia (2015)
117. Turkey (2004, 2008, 2015)
118. Uganda (2004)
119. Ukraine (2000, 2004)
120. United Arab Emirates (2015)
121. United Republic of Tanzania (2000, 2004, 2008)
122. Uruguay (2008, 2015)
123. Venezuela (2000, 2004, 2015)
124. Viet Nam (2004)
125. Zambia (2000, 2004, 2008, 2015)
126. Zimbabwe (2000)
127. Holy See (Permanent Observer) (2000)
128. Palestine (Special Observer) (2000)

المرفق الثاني. الدراسة الاستقصائية حول تطبيق المدونة العالمية لآداب السياحة للعام ٢٠١٥/٢٠١٤ الدول الأعضاء في المنظمة والأعضاء المشاركين والمراقبين

List of respondents (as of 7 July 2015)

Total: 61

AFRICA (15)

1. Angola
2. Benin
3. Botswana
4. Cameroon
5. Congo
6. Ethiopia
7. Gabon
8. Gambia
9. Ghana
10. Morocco
11. Nigeria
12. Senegal
13. Sudan
14. Swaziland
15. Zambia

AMERICAS (14)

16. Argentina
17. Bahamas
18. Brazil
19. Colombia
20. Costa Rica
21. Dominican Republic
22. Ecuador
23. Haiti
24. Jamaica
25. Mexico
26. Nicaragua
27. Panama
28. Uruguay
29. Venezuela

ASIA AND THE PACIFIC (4)

30. Brunei Darussalam
31. Indonesia
32. Japan
33. Myanmar

SOUTH ASIA (1)

34. Maldives

EUROPE (26)

35. Albania
36. Andorra
37. Austria
38. Azerbaijan
39. Belarus
40. Bosnia and Herzegovina
41. Czech Republic
42. Finland²
43. Flanders, Belgium
44. Georgia
45. Germany
46. Greece
47. Hungary
48. Israel
49. Netherlands
50. Portugal
51. Lithuania
52. Republic of Moldova
53. Romania
54. Serbia
55. Slovakia
56. Slovenia
57. Spain
58. Switzerland
59. The former Yugoslav Republic of Macedonia
60. Turkey

MIDDLE EAST (1)

61. United Arab Emirates

² Not a UNWTO member state