



Assemblée générale

Vingt et unième session

Medellín (Colombie), 12-17 septembre 2015

Point 10 de l'ordre du jour provisoire

A/21/10 Add. 1
Madrid, 30 juillet 2015
Original : anglais

Rapport du Comité mondial d'éthique du tourisme

Additif 1

Application du Code mondial d'éthique du tourisme

I. Contexte

1. Le Comité mondial d'éthique du tourisme est l'organe chargé de surveiller l'application du Code mondial d'éthique du tourisme et d'en faire rapport aux Assemblées générales de l'OMT et de l'ONU. Les informations pertinentes ont été collectées par le biais d'enquêtes sur l'application menées auprès des États membres en 2000, 2004, 2009 et 2014-15. Ces rapports sont disponibles à l'adresse <http://ethics.unwto.org/en/content/implementation-reports-global-code-ethics-tourism>. Depuis l'année 2000, 128 États et territoires ont répondu à au moins une des quatre enquêtes menées par l'Organisation, soit 82 % des membres (voir Annexe I).

2. En outre, suite à la campagne lancée en 2011 par l'OMT pour améliorer les pratiques éthiques des entreprises, les signataires de l'Engagement du secteur privé vis-à-vis du Code d'éthique ont commencé à rendre compte au Comité de la façon dont ils appliquent les principes du Code dans leurs activités. Néanmoins, **il convient de noter que l'Engagement du secteur privé vis-à-vis du Code ne constitue pas un système de certification et que les réponses à l'enquête sur l'application reposent sur une auto-évaluation des entreprises et des associations.**

II. Application par les États membres de l'OMT

3. Dans le cadre de la dernière enquête (2014-15), le Secrétariat de l'OMT a reçu des réponses de 61 États et territoires membres, y compris d'un État non membre (voir Annexe II). Les régions où le taux de réponse a été le plus élevé sont l'Europe (42 % des États membres), l'Afrique (24 %) et les Amériques (22 %).

4. Outre l'acceptation formelle et implicite du Code par tous les États membres de l'OMT à la XIII^e Assemblée générale de cette organisation à Santiago du Chili en 1999, plusieurs pays ont fait entrer en vigueur le Code d'éthique par le biais de leurs organes institutionnels. Dans l'enquête en cours, l'Albanie, l'Argentine, Haïti, le Maroc, le Nigeria, la République dominicaine, la République d'Indonésie et l'Uruguay ont indiqué qu'une résolution parlementaire/ministérielle a été adoptée dans leurs pays



respectifs pour appliquer le Code mondial d'éthique. Par ailleurs, la ville de Puerto Princesa (Philippines) a approuvé en septembre 2014 une résolution adoptant officiellement le Code mondial d'éthique.

5. En outre, 29 États Membres indiquent avoir intégré certains principes du Code mondial d'éthique dans leur législation nationale, tandis que 27 autres se sont inspirés des principes énoncés dans le Code pour établir leur réglementation nationale. Par exemple, le Gouvernement indien, en collaboration avec l'Office des Nations Unies contre la drogue et le crime (ONUDC), Save the Children et l'Association des voyages de la région Asie-Pacifique (PATA), a produit un « Code de conduite pour un tourisme sûr et respectable » qui vise à assurer la sécurité dans le secteur du tourisme pour les touristes et les communautés locales.

6. La mesure la plus couramment prise par les États membres pour promouvoir le Code d'éthique est sa diffusion auprès des différents acteurs du secteur (66 % des réponses), suivie de sa traduction dans les langues nationales et locales (46 pays).

7. Une autre pratique fréquente est le recours à des outils en ligne pour diffuser le Code (par le biais de sites Web, signatures e-mail et webinaires de formation). Le Gouvernement espagnol a fourni un compte rendu détaillé des différents canaux utilisés pour promouvoir le Code, notamment sa diffusion via le site Web du ministère ; sa distribution auprès des hautes autorités touristiques et des associations de tourisme espagnoles ; la coordination de trois ateliers en ligne avec plusieurs gouvernements latino-américains sur les bonnes pratiques en matière de responsabilité sociale des entreprises (RSE) ; et, enfin, une pratique de diffusion intéressante, bien qu'inhabituelle, qui consiste à inclure le Code d'éthique dans le modèle de document utilisé lors de la signature d'accords de collaboration avec les autorités touristiques de pays tiers.

8. Plusieurs pays européens ont déclaré qu'ils s'appuyaient sur le secteur privé pour appliquer le Code d'éthique et qu'ils concentraient donc leur travail de diffusion sur les entreprises. Par exemple, le Ministère néerlandais de l'économie a créé en 2004 un portail destiné à inciter les entreprises à prendre des mesures d'envergure dans le domaine de la RSE et a confié la diffusion des principes éthiques du Code aux entités du secteur privé néerlandais qui ont signé l'Engagement vis-à-vis du Code d'éthique.

9. Les bonnes pratiques recensées dans le cadre de l'enquête rendent compte de plusieurs tendances intéressantes au niveau régional. La région des Amériques semble accorder la priorité aux campagnes et à la législation sur la protection des droits des enfants dans le tourisme. Par exemple, le Ministère argentin du tourisme a adopté en 2013 un programme intitulé *Tourisme responsable et protection de l'enfant* qui prévoit plusieurs actions de coopération interministérielle, une sensibilisation du secteur universitaire et une coopération avec le secteur privé. Le Pérou a indiqué que son Ministère du tourisme mène depuis 2005 des campagnes visant à prévenir l'exploitation sexuelle des enfants dans le tourisme et qu'un code de conduite national à destination du secteur privé a été établi, regroupant 1 206 signataires en 2013. En outre, l'Uruguay a adopté en décembre 2013 une réglementation nationale (398/013) qui oblige les prestataires de services touristiques à mettre en œuvre une série de mesures destinées à éradiquer l'exploitation des enfants dans le tourisme.

10. Le travail mené dans les Amériques pour le bien-être des communautés mérite également d'être souligné : l'Argentine, la Colombie et la République dominicaine ont fait état de projets destinés à améliorer la compréhension entre les cultures. Les deux premiers pays collaborent avec les communautés autochtones au développement de sites touristiques, tandis que le troisième s'intéresse en particulier à l'impact du modèle des séjours tout compris sur les communautés locales.

11. Les réponses aux enquêtes indiquent que les gouvernements africains en général mettent davantage l'accent sur l'éclosion du tourisme durable par le biais de politiques environnementales : 80 % des membres de la région ayant répondu à l'enquête (12 sur 15) ont indiqué que leurs lois et règlements prenaient en compte le développement durable, et plus particulièrement la protection de l'environnement naturel, de la biodiversité, de la faune sauvage et des paysages. On peut citer à titre d'exemple l'Autorité du tourisme du Botswana dont la politique nationale dans le domaine de l'écologie repose sur un Guide des bonnes pratiques en matière de tourisme, un système de certification d'écotourisme et une politique de gestion communautaire des ressources naturelles. L'Autorité du tourisme du Ghana a livré quant à elle des informations sur deux politiques pertinentes, l'une sur l'environnement et l'autre sur les forêts et la faune sauvage.

12. En résumé, bien que le taux de réponse global soit plus élevé que lors de la précédente enquête sur l'application de 2010, il est assez surprenant de constater le faible taux de réponse de la part des administrations nationales du tourisme dans des régions telles que l'Asie du Sud et le Pacifique ou encore le Moyen-Orient.

13. La nature volontaire de l'adhésion au Code d'éthique est probablement l'un des principaux facteurs qui expliquent l'application, jusqu'ici modérée, des principes éthiques par les administrations nationales du tourisme, ainsi que la réticence à signaler les mesures d'application pertinentes entreprises dans ce domaine. Le Comité mondial d'éthique du tourisme a donc jugé nécessaire d'améliorer l'application du Code et a, en concertation avec le Secrétariat de l'OMT, chargé le Conseiller juridique de l'Organisation de préparer une proposition visant à faire évoluer le Code en une convention internationale juridiquement contraignante.

III. Application par le secteur privé

14. Avec l'essor de la mondialisation, de la mobilité et de la compétitivité, la défense des droits de l'homme, le respect de l'environnement et le fonctionnement de la société ont connu des évolutions négatives dans de nombreux secteurs industriels, y compris dans le tourisme. L'adhésion volontaire au principe de RSE est l'un des moyens qui permet de réduire les effets néfastes des activités des entreprises.

15. Afin de favoriser l'instauration de pratiques commerciales transparentes et responsables, le Secrétariat de l'OMT a lancé en 2011 une campagne à destination du secteur privé en invitant les entreprises touristiques et leurs associations professionnelles à signer l'*Engagement du secteur privé envers le Code mondial d'éthique du tourisme*. Par cette adhésion, les signataires acceptent également l'obligation de faire rapport au Comité mondial d'éthique du tourisme sur les mesures d'application qu'ils prennent. Ils sont autorisés à utiliser un logo spécifique dans leurs matériels de communication tant qu'ils satisfont aux exigences en matière de notification et qu'aucune pratique contraire à l'éthique n'est décelée ou signalée.

16. À cet égard, il est important d'attirer l'attention sur le fait que l'engagement du secteur privé n'a pas valeur de certification et constitue plutôt une déclaration d'intentions de la part des entreprises et des associations signataires. L'enquête sur l'application à laquelle les signataires sont invités à répondre est un outil d'auto-évaluation et, en tant que tel, ne garantit pas le respect du Code d'éthique.

17. L'enquête sur l'application devrait plutôt être considérée comme un moyen d'obtenir des informations sur les politiques et les pratiques du secteur du tourisme en ce qui concerne la RSE, de façon à ce que la commission d'éthique puisse établir un inventaire des actions en cours et ainsi identifier les éventuelles lacunes qui pourraient nécessiter une analyse plus approfondie et conduire à

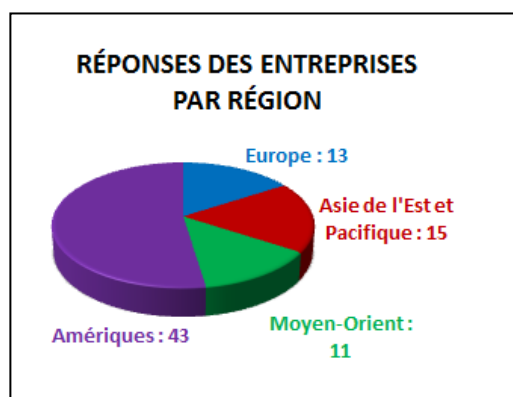
l'élaboration de directives. Les cinq domaines sélectionnés à cet effet sont : 1) la gouvernance des entreprises et l'éthique commerciale ; 2) la qualité de l'emploi ; 3) l'équité sociale et les droits de l'homme ; 4) le bien-être des communautés ; et 5) la durabilité environnementale.

18. Au 30 juin 2015, 417 entreprises et associations de 57 pays avaient signé l'Engagement du secteur privé vis-à-vis du Code d'éthique (la liste complète des signataires est disponible à l'adresse <http://ethics.unwto.org/en/private-sector-signatories-of-the-commitment>). Toutefois, le questionnaire d'enquête n'a été envoyé qu'aux 363 entités qui avaient signé l'engagement avant le 1^{er} janvier 2015 (les signataires ont six mois pour commencer à appliquer le Code). Sur ces 363 entités, 134 ont répondu au questionnaire (82 entreprises et 52 associations). Il convient de noter que le processus de collecte des données est toujours en cours dans la mesure où toujours plus d'entités rejoignent l'initiative.

A. Application par les entreprises

19. Au 30 juin 2015, le Secrétariat de l'OMT avait reçu les réponses de 82 entreprises sur 189 (43 %). La plupart des réponses proviennent des Amériques, région qui affiche le taux de réponse le plus élevé (voir graphique).

20. Contre toute attente, l'ensemble des entreprises qui ont répondu sont basées dans seulement dix pays : l'Allemagne, l'Arménie, le Chili, le Costa Rica, l'Espagne, l'Indonésie, le Japon, le Mexique, les Philippines et le Qatar.



21. En ce qui concerne la promotion du Code, les entreprises l'ont essentiellement diffusé en interne auprès de leur personnel et sur diverses plateformes en ligne comme leurs sites Web et leurs portails.

22. Pour ce qui est de l'application, la plupart des membres ayant répondu à l'enquête ont intégré le Code dans des textes en vigueur dans différents secteurs, à savoir des codes d'éthique, des codes de conduite internes et des politiques et programmes portant sur la RSE. Souvent, le Code a également été intégré dans des formations et des ateliers destinés au personnel.

23. Les entreprises ont été invitées à rendre compte de leurs politiques de RSE dans les cinq domaines susmentionnés et les résultats ont fait état d'une répartition équilibrée entre les divers domaines. Si plusieurs entreprises ont fait preuve de créativité dans les domaines du bien-être des communautés et de la durabilité environnementale, cela est moins vrai en ce qui concerne la gouvernance, la qualité de l'emploi et l'équité sociale.

24. Parmi les bonnes pratiques dignes d'intérêt concernant le bien-être des communautés, on peut citer les initiatives mises en œuvre par le voyageur d'envergure mondiale TUI AG. Le Groupe a créé en 2008, à Agadir (Maroc), l'école hôtelière Robinson afin de proposer aux jeunes une formation et un emploi dans le secteur florissant du tourisme marocain. Un projet analogue axé sur l'autonomisation des femmes a actuellement cours (2012-2016) en Tunisie, offrant une formation professionnelle de qualité à des gérantes d'hôtel afin de favoriser la promotion des femmes dans le secteur du tourisme. De même, au Mexique, une filiale de TUI AG, Thomson, et le Groupe Thomas Cook soutiennent des femmes mayas qui produisent du miel, des articles de toilette et de la confiture à base de fruits locaux qui sont ensuite vendus dans les hôtels des deux voyageurs. En outre, Thomas Cook a lancé en 2013 ses excursions labellisées « Produit local », permettant ainsi à l'entreprise de mesurer l'impact de son activité sur les économies locales.

25. Afin d'assurer un appui budgétaire constant aux projets sociaux, le groupe Amadeus IT fournit, en coopération avec l'UNICEF et plusieurs compagnies aériennes, une plateforme technique pour un programme qui permet aux voyageurs d'effectuer des micro-dons en ligne. Un an après le lancement du projet avec Iberia, les dons de plus de 38 000 passagers ont aidé à vacciner 600 000 enfants au Tchad. Par ailleurs, plus de 60 000 voyageurs d'Iberia et de Finnair ont effectué des dons atteignant près d'un demi-million d'USD servant à financer deux programmes de l'UNICEF : « Vaccination mondiale » et « Des écoles pour l'Asie ».

26. Les membres, notamment en Amérique latine, ont également fait part de nombreux projets intéressants dans le domaine de la durabilité environnementale. Par exemple, l'hôtel Parador, situé à proximité du parc national Manuel Antonio (Costa Rica), applique le système dit « Ozone », qui permet de réduire de 35 % la consommation d'eau et de 50 % l'utilisation de détergents et d'assouplissants. De plus, tous les shampooings, après-shampooings et savons de l'hôtel sont entièrement biodégradables et les produits non utilisés sont renvoyés à l'usine pour être recyclés dans des produits de nettoyage et de blanchisserie. Par ailleurs, le parc thématique Rainforest Adventures, près de la capitale San José, protège 565 hectares de forêt tropicale et fournit au personnel et aux touristes des informations sur comment contribuer à la protection de la flore et de la faune. L'entreprise participe au nettoyage des parcs nationaux et des plages, recycle tout son matériel de bureau et économise l'eau et l'énergie grâce à des installations de traitement des eaux installées dans le parc.

27. Des initiatives analogues ont été prises par l'agence de voyage chilienne Andina del Sur, qui fournit gratuitement de l'électricité à l'ensemble de la population de Peulla, dans la Région des Lacs, où la société est engagée dans l'écotourisme et le tourisme d'aventure, afin d'éviter l'utilisation de bois de chauffage pour protéger le parc national de la région. L'entreprise favorise également l'utilisation d'énergies propres et renouvelables et de systèmes de combustion propre dans le village.

28. Concernant la gouvernance, l'Agence de voyage japonaise H.I.S. a créé en 2012 un comité sur la RSE et un sous-comité chargé de promouvoir la RSE qui se réunissent tous les mois pour examiner les questions prioritaires de l'Agence sur la base des lignes directrices énoncées dans la norme ISO 26000 sur la responsabilité sociétale. Le comité évalue dans le détail la mise en œuvre des objectifs à court et moyen termes de chaque département et mesure leur incidence sur l'ensemble de l'activité.

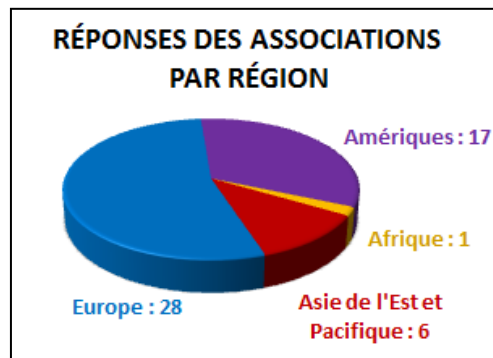
29. La chaîne hôtelière multinationale Grupo Barceló, basée en Espagne, observe un plan minutieux en matière de qualité de l'emploi. Ce plan comprend des programmes sur la prévention des risques et la sécurité au travail, veille à l'équilibre entre travail et vie privée et assure la transparence en matière de recrutement en publiant sur un portail dédié les nouvelles offres d'emploi. Ce portail contient le texte intégral du code d'éthique de l'entreprise, inspiré du Code mondial d'éthique du tourisme, qui figure également dans tous les documents contractuels en tant que clause. La performance du personnel et la satisfaction des employés sur le lieu de travail sont évaluées à l'aide d'outils transparents. En outre, l'entreprise collabore avec des ONG pour offrir des perspectives d'emploi aux personnes handicapées. En 2014, un total de 689 activités de renforcement des capacités ont été réalisées.

30. Si plusieurs entreprises mènent une politique d'égalité des chances et d'accès, les initiatives concrètes promouvant l'équité sociale, l'égalité des sexes et l'accessibilité se font rares. On relève néanmoins quelques exceptions comme le cas de l'hôtel chilien Tierra Atacama, situé à San Pedro de Atacama, où les postes de direction sont occupés à 40 % par des femmes, ou celui du groupe Amadeus IT, qui promeut l'égalité des sexes par le biais de son réseau interne de femmes qui œuvre pour soutenir le développement professionnel des femmes dans l'entreprise.

31. De plus, Tierra Atacama entreprend un certain nombre d'initiatives dans le domaine de l'équité sociale et des droits de l'homme. Le personnel de l'hôtel a été formé pour repérer les cas d'exploitation des enfants et les locaux sont équipés d'un rez-de-chaussée à la seule fin de rendre l'établissement accessible aux personnes handicapées. L'hôtel coopère avec la Fondation Smartrip et propose à des micro-entrepreneurs chiliens des formations en développement commercial pour leur permettre de rester au sein de leur communauté d'origine et de préserver leur identité culturelle.

B. Application par les associations

32. Le questionnaire a été envoyé aux 175 associations qui avaient signé l'engagement avant janvier 2015. Au 30 juin 2015, le Secrétariat de l'OMT avait reçu des réponses de la part de 52 associations (30 %). La plupart des réponses provenaient d'associations basées en Europe, suivie de la région des Amériques, et aucune réponse n'a été reçue du Moyen-Orient.



33. Si la plupart des associations fournissent sur leur site Web un lien renvoyant vers le Code, seuls quelques rares autres moyens de diffusion novateurs ont été recensés dans les réponses. Par exemple, l'Association allemande du voyage (DRV) a rédigé et placé sur son site Web une version « simplifiée » du Code à l'intention des touristes qui peut être téléchargée par les voyageurs et ajoutée aux documents de voyage des touristes.

34. Nombreuses sont les associations qui n'ont pris que des mesures rudimentaires pour appliquer le Code. Néanmoins, un certain nombre de bonnes pratiques montrent que le Code a bel et bien inspiré des associations, les amenant à élaborer ou améliorer leurs propres directives en matière d'éthique. C'est le cas par exemple de l'Association danoise des agents de voyage et voyageurs (DRF) qui s'est appuyée sur le Code d'éthique pour élaborer sa stratégie en matière de RSE. La DRF a également appliqué les principes du Code pour concevoir ses outils sur la RSE, lesquels visent à inciter les membres à adhérer aux principes du tourisme durable et à leur fournir des outils concrets pour mettre en œuvre leurs stratégies en matière de RSE. De même, la Fédération australienne des agents de voyage (AFTA) a indiqué qu'elle s'est inspirée du Code pour élaborer son Mécanisme de certification des voyageurs, qui sert de référence qualité dans l'industrie du voyage. Les entreprises qui souhaitent être certifiées dans le cadre de ce mécanisme doivent respecter le Code d'éthique.

35. Comme pour les entreprises, il ressort que les politiques de RSE menées par les associations sont également appliquées de manière équilibrée dans les cinq domaines sélectionnés. Si la question de la gouvernance et de l'éthique commerciale apparaît comme le domaine le plus souvent abordé, les projets novateurs en matière de RSE ont surtout été constatés dans le domaine de l'équité sociale et des droits de l'homme, ainsi que dans celui de la durabilité environnementale.

36. Pour ce qui a trait aux droits de l'homme, l'Association allemande du voyage (DRV) s'est jointe à d'autres entités pour lancer en Allemagne, en Autriche et en Suisse la campagne « Ne détournes pas le regard » qui vise à faciliter le signalement des cas présumés d'exploitation sexuelle d'enfants dans le contexte des voyages et du tourisme. La campagne a notamment produit un court spot intitulé « Témoin » jouant volontairement sur les émotions pour sensibiliser à cette question. Dans le même esprit, l'Association néerlandaise des agents de voyage et voyageurs (ANVR) a lancé à l'aéroport de Schiphol une campagne qui encourage les passagers voyageant vers des destinations lointaines à signaler les cas présumés de tourisme sexuel impliquant des enfants. La campagne a été réalisée avec le concours du Ministère de la sécurité et de la justice, de la police militaire royale, d'ECPAT Pays-Bas et de l'ONG Plan Nederland.

37. En outre, plusieurs associations ont indiqué prendre part au Travelife Sustainability System pour les voyageurs et agences de voyage soutenu par l'Union européenne. Ce programme de formation, de gestion et de certification s'adresse aux entreprises de tourisme qui s'efforcent d'appliquer des pratiques durables. Sur sa plateforme en ligne, Travelife propose des outils pédagogiques, des examens et un processus progressif de certification. Le programme comprend toute une gamme de critères de durabilité auxquels les organisations doivent satisfaire pour pouvoir participer au projet, notamment l'engagement à lutter contre toutes les formes d'exploitation humaine comme le tourisme sexuel et le travail des enfants.

38. L'Association danoise des agents de voyage et voyageurs (DRF) a mis en œuvre plusieurs bonnes pratiques dans le domaine du développement durable. La DRF participe au projet scientifique « Solutions climatiques » mis en place par des étudiants de l'Université de Copenhague, qui dresse une estimation de l'ensemble des émissions produites par les locaux de la DRF et formule des propositions pour réduire ces émissions. De même, en coopération avec Ingenco2.dk, une initiative mondiale sur le climat financée par le Gouvernement danois, DRF a mis au point un calculateur de CO2 grâce auquel les membres peuvent proposer à leurs clients de réduire leurs émissions de CO2 lorsqu'ils voyagent. L'Association allemande du voyage (DRV) promeut également la durabilité en proposant un prix international sur la protection de l'environnement et la responsabilité sociale appelé EcoTrophea. La Federación de Empresas de Turismo de Chile (Fedetur) dirige depuis 2012 un programme public-privé qui incite les entreprises du tourisme du Chili à adopter des pratiques durables. La Fédération a élaboré sept manuels de bonnes pratiques, à l'intention notamment des hôtels, restaurants, centres de conférences et municipalités, qui contiennent des recommandations sur la façon d'améliorer la durabilité de leur activité.

39. La majorité des membres ayant répondu à l'enquête semble posséder une solide expérience dans le domaine des politiques de RSE. Pour la plupart d'entre eux, l'application du Code d'éthique leur permet d'élargir le champ de leurs politiques de RSE en utilisant un cadre international sur le tourisme tout en prenant part à une initiative mondiale.

Annexe I. Enquêtes de l'OMT sur l'application du Code mondial d'éthique du tourisme États membres et Membres associés de l'OMT et observateurs auprès de celle-ci

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)

Annexe II. Enquête sur l'application du Code mondial d'éthique du tourisme, 2014-2015
États membres et Membres associés de l'OMT et observateurs auprès de celle-ci

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