

CCDR  RMTTC

1 October 2003 • Volume 29 • ACS-9

le 1^{er} octobre 2003 • Volume 29 • DCC-9

ISSN 1188-4169

An Advisory Committee Statement (ACS)**Committee to Advise on Tropical Medicine and Travel (CATMAT)*†****STATEMENT ON ETHICS AND TRAVEL****Preamble**

The Committee to Advise on Tropical Medicine and Travel (CATMAT) provides Health Canada with ongoing and timely medical, scientific, and public health advice relating to tropical infectious disease and health risks associated with international travel. Health Canada acknowledges that the advice and recommendations set out in this statement are based upon the best current available scientific knowledge and medical practices, and is disseminating this document for information purposes to both travellers and the medical community caring for travellers.

Persons administering or using drugs, vaccines, or other products should also be aware of the contents of the product monograph(s) or other similarly approved standards or instructions for use. Recommendations for use and other information set out herein may differ from that set out in the product monograph(s) or other similarly approved standards or instructions for use by the licensed manufacturer(s). Manufacturers have sought approval and provided evidence as to the safety and efficacy of their products only when used in accordance with the product monographs or other similarly approved standards or instructions for use.

Tourism is one of the fastest-growing industries at the beginning of the 21st century and has been used as a reliable indicator of economic growth in both developed and developing countries. Many nations see tourism as a quick and easy solution to combating economic difficulties. Increasingly, countries are choosing to develop and promote their natural resources to attract more tourists in what is a very competitive market. This has posed several ethical challenges to the travel and tourism industry, the traveller, destination host cultures, and travel health professionals.

* **Members:** Dr. B. Ward (Chairman); H. Birk; M. Bodie-Collins (Executive Secretary); Dr. H.O. Davies; Dr. M.-H. Favreau; Dr. K. Gamble; Dr. S. Kuhn; Dr. A. McCarthy; Dr. P.J. Plourde; Dr. J.R. Salzman.

Liaison Representatives: Dr. R. Birnbaum (CSIH); L. Cobb (CUSO); Dr. V. Marchessault (CPS and NACI); Dr. H. Onyette (CIDS); Dr. R. Saginur (CPHA).

Ex-Officio Representatives: Dr. E. Callary (HC); R. Dewart (CDC); Dr. E. Gadd (TPD); Dr. N. Gibson (DND); Dr. M. Lapointe (CIC); Dr. V. Lentini (DND); Dr. M. Parise (CDC).

Member Emeritus: Dr. C.W.L. Jeanes.

† This statement was prepared by Dr. P.J. Plourde and approved by CATMAT.

Une déclaration d'un comité consultatif (DCC)**Comité consultatif de la médecine tropicale et de la médecine des voyages (CCMTMV)*†****DÉCLARATION SUR L'ÉTHIQUE ET LE VOYAGE****Préambule**

Le Comité consultatif de la médecine tropicale et de la médecine des voyages (CCMTMV) donne à Santé Canada des conseils courants et à jour de nature médicale, scientifique et de santé publique concernant les maladies tropicales infectieuses et les risques pour la santé associés aux voyages internationaux. Santé Canada reconnaît que les conseils et les recommandations figurant dans cette déclaration reposent sur la pratique médicale et les connaissances scientifiques les plus récentes et les diffuse dans le but d'informer les voyageurs ainsi que les professionnels de la santé qui sont appelés à leur prodiguer des soins.

Les personnes qui administrent ou utilisent des médicaments, des vaccins ou d'autres produits devraient bien connaître la monographie du produit ainsi que toute autre norme ou instruction approuvée concernant leur usage. Les recommandations relatives à l'usage des produits et les autres renseignements présentés ici peuvent différer de ceux qui figurent dans la monographie ou toute autre norme ou instruction approuvée pertinente établie par les fabricants autorisés. Rappelons que les fabricants font approuver leurs produits et démontrent leur innocuité et leur efficacité uniquement lorsqu'ils sont utilisés conformément à la monographie ou à toute autre norme ou instruction approuvée semblable.

Le tourisme est l'une des industries les plus florissantes du début du XXI^e siècle et un indicateur fiable de la croissance économique des pays développés et en développement. Beaucoup de pays voient le tourisme comme une solution simple et rapide pour surmonter leurs difficultés économiques. De plus en plus, des pays choisissent d'exploiter et de promouvoir leurs ressources naturelles afin d'attirer davantage de touristes dans ce qui représente un marché très concurrentiel. Cette nouvelle situation pose plusieurs défis d'ordre éthique pour l'industrie des voyages et du tourisme, le voyageur, la culture du pays d'accueil et les professionnels de la santé des voyages.

* **Membres :** D^e B. Ward (président); H. Birk; M. Bodie-Collins (secrétaire général); D^e H.O. Davies; D^e M.-H. Favreau; D^e K. Gamble; D^e S. Kuhn; D^e A. McCarthy; D^e P.J. Plourde; D^e J.R. Salzman.

Représentants de liaison : D^e R. Birnbaum (SCSI); L. Cobb (CUSO); D^e V. Marchessault (SCP et CCNI); D^e H. Onyette (SCMI); D^e R. Saginur (ACSP).

Représentants d'office : D^e E. Callary (SC); R. Dewart (CDC); D^e E. Gadd (DPT); D^e N. Gibson (DDN); D^e M. Lapointe (CIC); D^e V. Lentini (DDN); D^e M. Parise (CDC).

Membre émérite : D^e C.W.L. Jeanes.

† Ce document a été préparé par le D^e P.J. Plourde et approuvé par le CCMTMV.



Travel and Tourism Industry

Any industry that balances the “good of the market” with the “good of the people” must hold both in ethical tension. According to the World Travel and Tourism Council, travel and tourism have overtaken the auto, steel, electronics, and agricultural industries and are now regarded as one of the largest global industries⁽¹⁾. With more than 100 million people in the tourism industry serving an annual tourist population of more than half a billion, this enterprise generated an estimated annual economic force of US \$2.0 to \$3.5 trillion by the mid-1990s^(2,3).

Many of the problems faced by the tourism industry are ethical in nature, including destruction of the environment, pollution, depletion of natural resources, economic imperialism, and sexual exploitation⁽⁴⁾. Tourism has been defined as “the industry of the holiday companies, travel agents, transport firms, building companies, caravan manufacturers, cable railway operators, ski manufacturers, souvenir sellers, the car industry, banks, insurance companies . . . an industry with its own laws, its own legitimacy”⁽⁵⁾. Each sector of the tourism industry is competing for a greater share of the market, using whatever marketing methods work to reach target economic goals, where market precepts, and not ethics, predominate.

In response to these ethical tensions, there has been a recognition of the need to consider the concept of “sustainable tourism” if the economic gains of the industry are to continue being realized. Sustainable tourism is defined as the development of global tourism industry capacity and the quality of its products without adverse effects on the environment that maintains and nurtures the industry⁽⁶⁾. Within this framework has emerged a branch of tourism known as ecotourism, which accounted for up to 10% of the tourism industry by 1994⁽⁷⁾. Ecotourism is defined as “responsible travel to natural areas which conserves the environment and improves the welfare of local people”⁽⁸⁾. According to the Canadian Environmental Advisory Council, ecotourism should promote positive environmental ethics, be biocentric rather than homocentric in philosophy, and should benefit the wildlife and the environment socially, economically, scientifically, managerially, and politically⁽⁹⁾.

The subject of ecotourism has generated considerable interest in the travel industry, partly because of increasing consumer interest and obvious economic impact, but also because of increasing concern for the conservation and sustainable development of tourism’s most valuable resource – the natural environment, which is the primary attraction for tourists. However, the popularity of ecotourism has also given rise to a plethora of ecotourism imitation companies that do not meet the standards of minimal environmental impact, maximal benefits for tourist areas, and conservation ethics⁽¹⁰⁾. Although proposals have been made to monitor the level of sustainable development and conservation practised by the tourism industry⁽¹¹⁻¹³⁾, there currently exists no regulatory body or mechanism with which to evaluate the impact of tourism.

The Traveller

Numerous codes of ethics have been developed that are aimed first at tourists and second at the tourist industry as a result of a growing concern over alleged irresponsible practices by tourists, the tourist industry, and governments⁽¹⁴⁾. These codes generally address ethical principles focusing on a sense of responsibility rather than precise conduct, or an exhortation and moral suasion rather than an enforceable set of rules⁽¹⁵⁾ (see Appendix). Accord-

L’industrie des voyages et du tourisme

Toute industrie qui tente de concilier «le bien du marché» et le «bien de la population» doit maintenir une tension éthique entre les deux principes. Selon le Conseil mondial du tourisme et des voyages, l’industrie touristique a dépassé celles de l’automobile, de l’acier, de l’électronique et de l’agriculture et est maintenant considérée comme l’une des plus importantes industries mondiales⁽¹⁾. Plus de 100 millions de personnes travaillent dans l’industrie touristique qui sert annuellement plus d’un demi-milliard de touristes; au milieu des années 90, cette entreprise a généré une force économique annuelle évaluée entre 2 et 3,5 trillions \$US^(2,3).

Beaucoup de problèmes auxquels se heurte l’industrie du tourisme sont d’ordre éthique, notamment la destruction de l’environnement, la pollution, l’épuisement des ressources naturelles, l’impérialisme économique et l’exploitation sexuelle⁽⁴⁾. Le tourisme a été défini comme l’industrie des entreprises de vacances, des agents de voyage, des entreprises de transport et de construction, des fabricants de roulettes, des exploitants de funiculaires, des fabricants de skis, des marchands de souvenirs, de l’automobile, des banques, des assureurs. Cette industrie a ses propres lois, sa propre légitimité⁽⁵⁾. Chaque secteur de l’industrie touristique cherche à se tailler une plus grande part du marché, peu importe les méthodes de marketing utilisées pour atteindre ses objectifs d’ordre économique, les préceptes du marché l’emportant sur l’éthique.

En réaction à ces tensions éthiques, on a reconnu la nécessité d’envisager le concept de «tourisme durable» si l’on veut que l’industrie continue de réaliser des gains économiques. Le tourisme durable est défini comme le développement de la capacité mondiale de l’industrie touristique et de la qualité de ses produits sans qu’il y ait d’effets indésirables sur l’environnement qui soutient et alimente cette industrie⁽⁶⁾. De ce cadre est né l’écotourisme, un volet du tourisme qui représentait près de 10 % de l’industrie touristique en 1994⁽⁷⁾. L’écotourisme est défini comme une forme de tourisme qui permet de voyager de façon responsable dans un milieu naturel tout en préservant l’environnement et en améliorant le bien-être de la population locale⁽⁸⁾. Selon le Conseil consultatif canadien de l’environnement, l’écotourisme doit promouvoir une éthique environnementale positive, reposer sur une philosophie biocentrique plutôt qu’anthropocentrique et entraîner des avantages sur les plans social, économique, scientifique, politique et sur le plan de la gestion pour la faune et l’environnement⁽⁹⁾.

L’écotourisme a suscité un intérêt considérable au sein de l’industrie des voyages, en partie à cause de l’intérêt croissant des consommateurs et des impacts économiques évidents, mais aussi en raison des préoccupations croissantes concernant la conservation et le développement durable de la ressource la plus précieuse du tourisme – le milieu naturel – qui constitue la principale attraction touristique. Cependant, la popularité de l’écotourisme a aussi donné lieu à une pléthore de pseudo-entreprises écotouristiques qui ne respectent pas les normes en matière d’impact minimal sur l’environnement, d’avantages maximaux pour les régions touristiques ni d’éthique de la conservation⁽¹⁰⁾. Bien qu’on ait conçu des projets de surveillance du niveau de développement durable et de conservation appliqué par l’industrie touristique⁽¹¹⁻¹³⁾, il n’existe actuellement aucun organisme de réglementation ni mécanisme pour évaluer l’impact du tourisme.

Le voyageur

De nombreux codes d’éthique ont été élaborés, tout d’abord pour les touristes et ensuite pour l’industrie touristique, en raison d’une préoccupation croissante concernant des pratiques soit-disant irresponsables de la part de touristes, de l’industrie touristique et des gouvernements⁽¹⁴⁾. Ces codes abordent généralement les principes d’éthique en mettant l’accent sur le sens des responsabilités plutôt que sur une ligne de conduite précise, sur l’exhortation et la pression morale plutôt que sur une série de règles applicables⁽¹⁵⁾

ing to one author, “codes are meant to translate the more formal philosophical theories of ethics into a set of guidelines that can be applied to the day to day decision making”⁽¹⁶⁾.

Part of the tourist’s responsibility when entering a foreign culture is to have respect for the host culture and customs. However, travellers are usually primarily concerned with their personal risks, including theft, assault, accidental trauma, and infection. Rarely does the idea that the traveller poses a potential risk or danger to the host population and its environment receive much consideration. Such hazards include the spread of infection from tourists to local populations, the introduction of pollution by tourists, destruction of the environment, the increased consumption of valuable resources, such as water and electricity, by tourists, increased costs of living, inflation of land values resulting from tourists’ demands, conflicts created by the display of leisure and prosperity amid the pervasive poverty of many receiving host cultures, the sexual exploitation of local populations, and the lack of economic opportunities for local populations who generally do not enjoy ownership in the tourism industry.

Tourists are often eager to escape the stresses of (usually Western) society and may not be interested in discussing or being reminded of such challenging ethical issues. Nevertheless, a growing resentment towards tourists in receiving host cultures⁽¹⁷⁾ and the potential consequences of some tourist activities, such as the introduction or spread of HIV⁽¹⁸⁾, make it necessary to address appropriately the ethical behaviours of travellers. The problem rests in how and by whom these issues should be addressed. Strict rules or codes of conduct for travellers will not be easily enforceable and therefore may not ultimately be useful. However, awareness and education should not be underestimated. Those disseminating pre-travel advice, including travel medicine specialists, passport offices, travel agents, and tourism companies, will need to consider what constitutes adequate education and information concerning travel ethics. Travellers need to be equipped not only with appropriate disease prevention messages but also with an ethic that will ensure preservation of the host culture and its environment, ultimate survival of the tourism industry, and a safer and more rewarding experience for all travellers.

The Destination Host Culture

The modern roots of global opposition to tourism can be traced back to a conference convened in Manila in 1980 by religious leaders from developing countries who were concerned about the negative impact of tourism on their hosting cultures. Out of this gathering came the bold “Manila Statement” asserting that “tourism does more harm than good to people and to societies of the Third World”. Subsequently, the Ecumenical Coalition on Third World Tourism was instituted and has since become one of the foremost international organizations advocating responsible tourism⁽¹⁵⁾ (see Appendix).

The benefits of tourism to host cultures are often listed as primarily economic, including generation of foreign exchange, creation of employment, additional revenue for the host government through taxation of tourists, and improvement of local economic structures. Other potential, but indirect, benefits include improved roads, availability of electricity, access to hospitals, improved water and sewage systems, and better health services.

Are the potential benefits of tourism realized by host cultures? The current evidence suggests that they are not. The majority of

(voir l’annexe). Selon un auteur, les codes sont conçus pour traduire les théories philosophiques plus formelles de l’éthique en une série de lignes directrices pouvant être appliquées à la prise de décisions au quotidien⁽¹⁶⁾.

Une des responsabilités du touriste lorsqu’il entre en contact avec une culture étrangère est de respecter la culture et les coutumes du pays d’accueil. Toutefois, les voyageurs sont habituellement préoccupés en premier lieu par les risques personnels dont le vol, les agressions, les traumatismes non intentionnels et les infections. Il vient rarement à l’esprit du voyageur que celui-ci représente un risque potentiel ou un danger pour la population d’accueil et son milieu de vie. Des dangers tels que la propagation des infections dans la population locale par les touristes, la pollution introduite par les touristes, la destruction de l’environnement, la consommation accrue de ressources précieuses comme l’eau et l’électricité, la hausse du coût de la vie, l’inflation de la valeur des terres due à la demande des touristes, les conflits créés par l’étalage de la richesse et de la prospérité face à la pauvreté omniprésente dans beaucoup de cultures d’accueil, l’exploitation sexuelle et le manque de débouchés économiques pour les populations locales qui n’ont généralement pas accès à la propriété dans l’industrie touristique, font rarement l’objet de discussion avant le départ.

Les touristes, souvent pressés de se libérer du stress de la société, généralement occidentale, peuvent ne pas être intéressés à discuter de tels problèmes d’éthique exigeants ou qu’on les leur rappelle. Néanmoins, un ressentiment croissant de la part des cultures d’accueil⁽¹⁷⁾ envers les touristes et les conséquences potentielles de certaines activités touristiques, notamment l’introduction ou la propagation du VIH⁽¹⁸⁾, rendent nécessaire l’examen des comportements éthiques des voyageurs. Le problème réside dans la façon d’aborder ces questions et de savoir qui devrait le faire. Il ne sera pas facile d’appliquer des règles ou des codes de conduite stricts à l’intention des voyageurs, ce qui, au bout du compte, ne sera peut-être pas utile. Cependant, on ne devrait pas sous-estimer la sensibilisation et l’éducation. Les personnes qui donnent des conseils en prévision d’un voyage, entre autres les spécialistes de la médecine des voyages, les bureaux des passeports, les agents de voyage et les entreprises de tourisme, devront évaluer les éléments d’une éducation et d’une information adéquates en matière d’éthique du voyage. En plus de recevoir des messages appropriés de prévention des maladies, les voyageurs ont besoin de se doter d’une éthique qui assurera la protection de la culture d’accueil et de son milieu de vie, la survie ultime de l’industrie touristique de même qu’une expérience plus sûre et plus enrichissante pour tous les voyageurs.

La culture du pays d’accueil

On peut retracer les fondements modernes de l’opposition mondiale au tourisme lors d’une conférence tenue à Manille en 1980 par des chefs religieux provenant de pays en développement et préoccupés par l’impact négatif du tourisme sur leur culture d’accueil. De cette rencontre est née l’audacieuse «Déclaration de Manille» stipulant que le tourisme fait plus de mal que de bien aux populations et aux sociétés du tiers monde. Par la suite, la Ecumenical Coalition on Third World Tourism a été créée et est devenue depuis une des organisations internationales d’avant-garde encourageant le tourisme responsable⁽¹⁵⁾ (voir l’annexe).

Les avantages du tourisme pour les cultures d’accueil sont souvent mentionnés comme étant principalement d’ordre économique, y compris la génération de devises étrangères, la création d’emplois, des revenus supplémentaires pour le gouvernement d’accueil au moyen de la taxation des touristes et l’amélioration des structures économiques locales. D’autres avantages potentiels, mais indirects, incluent l’amélioration des routes, la disponibilité de l’électricité, l’accès aux hôpitaux, l’amélioration des systèmes d’aqueduc et d’égouts et des services de santé.

Est-ce que les cultures d’accueil tirent profit des bienfaits potentiels du tourisme? Les données actuelles laissent entendre que non. Les sociétés

revenues generated by tourism in the developing world is repatriated to developed countries by transnational corporations. This so-called “tourism industry leakage” results largely from Western ownership of hotels, resorts, restaurants, travel agencies, airlines, and car rental agencies used by tourists heading to developing countries⁽¹⁹⁾. In addition, many of the commodities used by the tourism industry sector in developing countries, including building supplies, construction equipment, food, and beverages, are imported. Despite these leakages, tourism may still benefit local cultures through employment generation. However, this potential benefit has also been questioned⁽¹⁹⁾. Local populations employed by the tourism sector may receive grossly inadequate salaries in local devalued currencies for the menial jobs that they are often assigned⁽²⁰⁾. The more financially lucrative managerial, financial administrative, and public relations opportunities are often reserved for foreigners⁽²¹⁾. Therefore, the economic benefits of tourism to local host cultures may be overstated.

Are the indirect benefits of tourism realized by host indigenous peoples? Improved transportation, electricity, water, and sewage systems are often mentioned as indirect benefits of the tourism industry. However, tourists consume disproportionately more water, food, and electricity than local populations, occasionally resulting in reduced availability of such resources for these populations⁽²⁰⁾. Evidence also suggests that the health of local populations may be worsened by the influx of tourists^(21,22). As previously mentioned, tourism may have contributed to the introduction and spread of HIV in at least one destination host culture⁽¹⁸⁾. Tourist revenues are seldom used to improve the health status of local populations.

In addition to unrealized potential benefits, what other tourism-related risks are host cultures subject to? The environmental costs of tourism, such as disruption and destruction of ecosystems, pollution, land erosion, depletion of natural resources (food, water, land, fossil fuels), and waste created by disposables, have been well documented^(21,23). The social costs of tourism are not so clearly linked to the tourism industry. The loss of cultural traditions and local languages, and the increase in problems such as burglary, robbery, prostitution, gambling, and violent crimes have all been attributed in part to tourism⁽²⁴⁻²⁶⁾. Increases in drug and alcohol abuse with subsequent increases in sexually transmitted diseases have been clearly linked to tourism in some areas of the developing world⁽²⁷⁾. Finally, local peoples may often be denied access to those natural resources that have attracted the tourist in the first place⁽²⁸⁾. For tourism to be sustainable in the long term, the benefits to local host cultures will need to outweigh these significant risks.

Travel Health Professionals

Should pre-travel clinics educate the traveller with respect to ethical patterns of behaviour and cross-cultural interactions as well as disease-preventing behaviours? Should pre-travel advice focusing on ethical issues be included in the information provided for travel to certain destinations? Unfortunately, pre-travel health advice is sought by less than 50% of travellers journeying from a developed to a developing country⁽²⁹⁾. When it is obtained, travellers tend to seek advice from previous travellers, travel agents, tour groups, or embassies/consulates of host countries, often receiving inaccurate information⁽³⁰⁻³³⁾. Travellers receiving pre-travel advice from health care providers, including specialized travel clinics, often do not receive appropriate and accurate infor-

transnationales rapatrient la majorité des revenus générés par le tourisme dans les pays en développement. Cette soi-disant «fuite économique de l'industrie touristique» s'explique en grande partie par le fait que les Occidentaux sont propriétaires des hôtels, des centres de villégiature, des restaurants, des agences de voyage, des sociétés aériennes et des agences de location de voitures mis à la disposition des touristes en voyage dans les pays en développement⁽¹⁹⁾. De plus, le secteur de l'industrie touristique dans les pays en développement utilise beaucoup de biens importés, notamment des matériaux de construction, de l'équipement de chantier, des aliments et des boissons. Malgré ces fuites, les cultures locales peuvent encore tirer profit du tourisme grâce à la création d'emplois; on s'interroge toutefois sur cet avantage potentiel⁽¹⁹⁾. Les populations locales embauchées par le secteur touristique peuvent gagner des salaires très insuffisants en monnaie locale dévaluée pour effectuer des métiers inférieurs qui leur sont souvent attribués⁽²⁰⁾. Les occasions de travail plus lucratives, tels que des postes de gestion, d'administration financière et de relations publiques, sont souvent réservées aux étrangers⁽²¹⁾. Par conséquent, les avantages économiques du tourisme pour les cultures d'accueil locales peuvent être surestimés.

Est-ce que la population indigène retire des bienfaits indirects du tourisme? On considère souvent les améliorations dans les secteurs du transport, de l'électricité, de l'eau et des systèmes d'égouts comme étant des avantages indirects de l'industrie touristique. Toutefois, les touristes consomment de façon disproportionnée davantage d'eau, d'aliments et d'électricité que les populations locales, ce qui se traduit à l'occasion par une réduction de l'accès de ces populations à ces ressources⁽²⁰⁾. Des données laissent entendre également que la santé des populations locales peut être aggravée par l'afflux de touristes^(21,22). Comme il a été déjà mentionné, le tourisme peut avoir été responsable de l'introduction et de la propagation du VIH dans au moins une destination d'accueil⁽¹⁸⁾. Les revenus du tourisme sont rarement affectés à l'amélioration de l'état de santé des populations locales.

En plus des avantages latents potentiels, à quels autres risques liés au tourisme les cultures d'accueil sont-elles exposées? Les coûts environnementaux du tourisme, tels que la perturbation et la destruction d'écosystèmes, la pollution, l'érosion des terres, l'épuisement des ressources naturelles (aliments, eau, terres, combustibles fossiles) et les déchets créés par les produits jetables, sont bien documentés^(21,23). Les coûts sociaux du tourisme ne sont pas aussi nettement liés à l'industrie touristique. La perte des traditions culturelles et des langues locales ainsi que la hausse des problèmes de sécurité tels que le cambriolage, le vol qualifié, la prostitution, les jeux de hasard et les crimes violents ont tous été attribués en partie au tourisme⁽²⁴⁻²⁶⁾. Une augmentation de l'abus de drogues et d'alcool accompagnée d'une hausse subséquente des maladies transmises sexuellement ont été manifestement liées au tourisme dans certaines régions du monde en développement⁽²⁷⁾. Enfin, on refuse souvent aux populations locales l'accès aux ressources naturelles qui attirent au départ les touristes⁽²⁸⁾. Pour que le tourisme soit durable à long terme, les avantages pour les cultures d'accueil devront l'emporter sur ces risques importants.

Les professionnels de la santé des voyages

Les cliniques de voyageurs devraient-elles apprendre au voyageur à adopter des modèles éthiques de comportement et d'interaction interculturelle en plus des comportements de prévention des maladies? Les renseignements destinés aux voyageurs devraient-ils inclure des conseils mettant l'accent sur les questions d'ordre éthique pour certaines destinations? Malheureusement, moins de 50 % des voyageurs séjournant dans un pays en développement consultent un professionnel de la santé des voyages⁽²⁹⁾. Ils ont tendance à demander conseil à d'autres voyageurs, à des agents de voyage, à des groupes de voyageurs ou à l'ambassade/au consulat du pays d'accueil et reçoivent souvent des renseignements erronés⁽³⁰⁻³³⁾. Les voyageurs qui consultent des professionnels de la santé, y compris des cliniques de voyage spécialisées, reçoivent souvent des renseignements incomplets et imprécis^(34,35).

mation^(34,35). Furthermore, travel medicine advisors have little or no training in the ethical and cultural aspects of travel. Just as with disease prevention messages, there is clearly a need to improve the education of health care professionals concerning the ethics of travel and tourism. This may be accomplished by including travel medicine and tourism ethics in health sciences curricula, improving and increasing continuing medical education programs for travel health advisors, and setting standards for the profession by examination or certification. In addition, more attention needs to be given to appropriate sources and content of ethical travel recommendations, such as cultural guidebooks for travellers or pamphlets outlining codes of ethics for travellers. Finally, international travel medicine organizations, such as the International Society of Travel Medicine, should become engaged as advocates of more responsible action by all players involved in travel and tourism.

Conclusion

Tourism will likely continue to be a global growth industry. Comprehensive pre-travel assessment goes far beyond personal health risks to the individual traveller. Since the role of the travel medicine advisor is to make travel possible, the ethical aspects of travel and tourism do fall within his or her scope, provided that the additional information does not dilute or take away from the issues of health and safety, the primary mandate of the travel medicine practitioner. Tourism that markets and sells to the tourist as the primary target population of interest, ignoring environmental and sociocultural risks to host cultures, may reach short-term profit goals but will ultimately not be sustainable. Global codes of ethics for tourists and the tourist industry will only be effective to the extent that awareness of current ethical issues concerning tourism increases. Travel health professionals can play an important role in increasing this awareness in the tourist industry and the travelling public.

Recommendations

Recommendation	EBM* Rating
The travel industry, travel health professionals, and passport offices should provide potential travellers with information pertaining to the ethical aspects of travel, including the preservation of host cultures and environments ⁽²⁷⁾	C III
Potential tourists should be made aware of international tourism codes of ethics (see Appendix) by the travel industry, travel health professionals, and passport offices ⁽²⁷⁾	C III
The impact of tourism on host cultures and environments should be monitored by an international organization or mechanism ⁽⁴⁾	C III

*Evidence-based medicine

Expiration

This document will be updated every 4 years or when new information becomes available.

References

1. *The WTTC report: travel and tourism in the world economy*. Brussels: World Travel and Tourism Council, 1992.

De plus, les conseillers en médecine des voyages ne possèdent que peu ou pas de formation sur les aspects culturels et éthiques des voyages. Tout comme pour les messages de prévention des maladies, il est manifestement nécessaire d'améliorer l'éducation des professionnels de la santé en matière d'éthique des voyages et de tourisme. Il est possible d'y arriver en incorporant un volet médecine des voyages et éthique du tourisme dans les programmes d'études en sciences de la santé, en améliorant et en multipliant les programmes de formation médicale continue à l'intention des conseillers en santé des voyages, de même qu'en établissant des normes pour la profession au moyen d'examens et de certificats. En outre, il faut accorder plus d'attention aux sources et au contenu appropriés de recommandations sur l'éthique des voyages, tels que les guides de voyage ou les dépliants qui offrent un aperçu des codes d'éthique à l'intention des voyageurs. Enfin, des organisations internationales de médecine des voyages, comme l'International Society of Travel Medicine, devraient s'engager à encourager des mesures plus responsables de la part de tous les acteurs de l'industrie des voyages et du tourisme.

Conclusion

Vraisemblablement, le tourisme continuera d'être une industrie mondiale en plein essor. Une évaluation complète en prévision d'un voyage va bien au-delà des risques personnels pour la santé du voyageur. Étant donné que le rôle du conseiller en médecine des voyages est de rendre le voyage possible, les aspects éthiques des voyages et du tourisme relèvent du spécialiste de la médecine des voyages, à la condition que la fourniture de renseignements supplémentaires ne se fasse pas au détriment des questions de santé et de sécurité, qui font partie de son mandat principal. Un tourisme qui fait du voyageur son point d'intérêt central pour la commercialisation et la vente sans égard aux risques environnementaux et socioculturels pour les cultures d'accueil peut, à court terme, réaliser des objectifs de profit, mais à la limite ne sera jamais une industrie durable. Les codes d'éthique mondiaux à l'intention des touristes et de l'industrie touristique ne seront efficaces que dans la mesure où la sensibilisation aux questions d'éthique actuelles concernant le tourisme progressera. Les professionnels de la santé des voyages peuvent jouer un rôle important en sensibilisant davantage l'industrie touristique et le public voyageur.

Recommandations

Recommandation	Cote MFP*
L'industrie des voyages, les professionnels de la santé des voyages et les bureaux des passeports devraient fournir aux voyageurs potentiels des renseignements sur les aspects éthiques des voyages, y compris la protection des milieux et des cultures d'accueil ⁽²⁷⁾	C III
Les touristes potentiels devraient connaître les codes internationaux d'éthique du tourisme (voir l'annexe) distribués par l'industrie touristique, les professionnels de la santé des voyages et les bureaux des passeports ⁽²⁷⁾	C III
L'impact du tourisme sur les milieux et les cultures d'accueil devrait être surveillé par une organisation ou un mécanisme international ⁽⁴⁾	C III

*Médecine fondée sur des preuves

Expiration

Le présent document sera mis à jour tous les 4 ans ou lorsqu'on disposera de nouveaux renseignements.

Références

1. *The WTTC report: travel and tourism in the world economy*. Brussels : World Travel and Tourism Council, 1992.

2. Whitney DL. *Ethics in the hospitality industry: an overview*. In: Hall SSJ, ed. *Ethics in hospitality management: a book of readings*. East Lansing, Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1992.
 3. *Exploring tourism* [editorial]. The Nation 1997;265:3.
 4. Payne D, Dimanche F. *Towards a code of conduct for the tourism industry: an ethics model*. J Business Ethics 1996;15:997-1007.
 5. Krippendorf J. *Towards new tourism policies*. In: Medlick S, ed. *Managing tourism*. Oxford, England: Butterworth-Heinemann, 1991.
 6. Hawkes S, Williams P. *The greening of tourism – from principles to practice, GLOBE'92 tourism stream: case book of best practice in sustainable tourism*. Vancouver, BC: Sustainable Tourism, Industry, Science and Technology, Canada, and the Centre of Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, 1993.
 7. Frank P, Bowerman J. *Can ecotourism save the planet?* Conde Nast 1994(Dec):134-37.
 8. Western D. *Defining ecotourism*. In: Lindberg K, Hawkins DE, eds. *Ecotourism: a guide for planners and managers*. North Bennington, Vermont: The Ecotourism Society, 1993:7-11.
 9. Canadian Environmental Advisory Council. *A protected areas vision for Canada*. Ottawa: Minister of Supply and Services Canada. Cat. No. EN 92-14/1991E.
 10. Arlen C. *Ecotour, hold the eco: polluting rivers and bagging wildlife may be on the agenda*. U.S. News & World Report 1995(May 29):61-3.
 11. Hiller H. *Environmental bodies edge closer to green ratings for travel*. The Ecotourism Society Newsletter 1991(summer):1.
 12. Holland R. *Rating and recommending ecotourism enterprises* [abstract]. Presented at First World Congress on Tourism and the Environment (Belize City), Belize, April 1992.
 13. Shores JN. *The challenge of ecotourism: a call for higher standards* [abstract]. Presented at Fourth World Congress on National Parks and Protected Areas (Caracas), Venezuela, February 1992.
 14. Malloy DC, Fennell DA. *Codes of ethics and tourism: an exploratory content analysis*. Tourism Management 1998;19(5):453-61.
 15. Kutay K. *The new ethic in adventure travel*. Buzzworm: The Environmental Journal 1989;1(4):31-6.
 16. Dean PJ. *Making codes of ethics "real"*. J Business Ethics 1991;10:99-110.
 17. Chandrapurkar J. *Tourists' haven, locals' hellhole*. Herald (Calangute, Goa) 1997 (July 18).
 18. Figueroa JP, Brathwaite A, Ward E et al. *The HIV/AIDS epidemic in Jamaica*. AIDS 1995;9(7):761-68.
 19. Hundt A. *Impact of tourism development on the economy and health of Third World nations*. J Travel Med 1996;3:107-12.
 20. Ascher F. *Tourism: transnational corporations and cultural identities*. Paris: UNESCO, 1985.
 21. Stonich S, Sorensen JH, Hundt A. *Ethnicity, class, and gender in tourism development: the case of the Bay Islands, Honduras*. J Sustainable Tourism 1995;3:1-28.
 22. Bezruchka S. *Tourism and the health of local populations* [editorial]. Wilderness and Environmental Medicine 1997;8:73-4.
 23. Green H, Hunter C. *The environmental impact assessment of tourism development*. In: Johnson P, Thomas B, eds. *Perspectives on tourism policy*. London: Mansell, 1992:29-48.
 24. Mathieson A, Wall G. *Tourism: economic, physical and social impacts*. New York: Longman, 1982.
 25. Harrison D, ed. *Tourism and the less developed countries*. New York: Halstead Press, 1992.
 26. Hitchcock M, King VT, Parnwell MJG, eds. *Tourism in south-east Asia*. New York: Routledge, 1993.
2. Whitney DL. *Ethics in the hospitality industry: an overview*. Dans : Hall SSJ, éd. *Ethics in hospitality management: a book of readings*. East Lansing, Michigan: Educational Institute of the American Hotel & Motel Association, 1992.
 3. *Exploring tourism* [éditorial]. The Nation 1997;265:3.
 4. Payne D, Dimanche F. *Towards a code of conduct for the tourism industry: an ethics model*. J Business Ethics 1996;15:997-1007.
 5. Krippendorf J. *Towards new tourism policies*. Dans : Medlick S, éd. *Managing tourism*. Oxford, England: Butterworth-Heinemann, 1991.
 6. Hawkes S, Williams P. *The greening of tourism – from principles to practice, GLOBE'92 tourism stream: case book of best practice in sustainable tourism*. Vancouver, BC: Sustainable Tourism, Industry, Science and Technology, Canada, and the Centre of Tourism Policy and Research, Simon Fraser University, 1993.
 7. Frank P, Bowerman J. *Can ecotourism save the planet?* Conde Nast 1994(Dec):134-37.
 8. Western D. *Defining ecotourism*. Dans : Lindberg K, Hawkins DE, éd. *Ecotourism: a guide for planners and managers*. North Bennington, Vermont: The Ecotourism Society, 1993:7-11.
 9. Canadian Environmental Advisory Council. *A protected areas vision for Canada*. Ottawa: Minister of Supply and Services Canada. Cat. No. EN 92-14/1991F.
 10. Arlen C. *Ecotour, hold the eco: polluting rivers and bagging wildlife may be on the agenda*. U.S. News & World Report 1995(May 29):61-3.
 11. Hiller H. *Environmental bodies edge closer to green ratings for travel*. The Ecotourism Society Newsletter 1991(summer):1.
 12. Holland R. *Rating and recommending ecotourism enterprises* [résumé]. Présenté au : First World Congress on Tourism and the Environment (Belize City), Belize, avril 1992.
 13. Shores JN. *The challenge of ecotourism: a call for higher standards* [résumé]. Présenté au : Fourth World Congress on National Parks and Protected Areas (Caracas), Venezuela, février 1992.
 14. Malloy DC, Fennell DA. *Codes of ethics and tourism: an exploratory content analysis*. Tourism Management 1998;19(5):453-61.
 15. Kutay K. *The new ethic in adventure travel*. Buzzworm: The Environmental Journal 1989;1(4):31-6.
 16. Dean PJ. *Making codes of ethics "real"*. J Business Ethics 1991;10:99-110.
 17. Chandrapurkar J. *Tourists' haven, locals' hellhole*. Herald (Calangute, Goa) 1997 (18 juillet).
 18. Figueroa JP, Brathwaite A, Ward E et coll. *The HIV/AIDS epidemic in Jamaica*. AIDS 1995;9(7):761-68.
 19. Hundt A. *Impact of tourism development on the economy and health of Third World nations*. J Travel Med 1996;3:107-12.
 20. Ascher F. *Tourism: transnational corporations and cultural identities*. Paris : UNESCO, 1985.
 21. Stonich S, Sorensen JH, Hundt A. *Ethnicity, class, and gender in tourism development: the case of the Bay Islands, Honduras*. J Sustainable Tourism 1995;3:1-28.
 22. Bezruchka S. *Tourism and the health of local populations* [éditorial]. Wilderness and Environmental Medicine 1997;8:73-4.
 23. Green H, Hunter C. *The environmental impact assessment of tourism development*. Dans : Johnson P, Thomas B, éd. *Perspectives on tourism policy*. London: Mansell, 1992:29-48.
 24. Mathieson A, Wall G. *Tourism: economic, physical and social impacts*. New York: Longman, 1982.
 25. Harrison D, éd. *Tourism and the less developed countries*. New York: Halstead Press, 1992.
 26. Hitchcock M, King VT, Parnwell MJG, éd. *Tourism in south-east Asia*. New York: Routledge, 1993.

27. Hobson JSP, Dietrich UC. *Tourism, health and quality of life: challenging the responsibility of using the traditional tenets of sun, sea, sand, and sex in tourism marketing*. J Travel and Tourism Marketing 1994;3(4):21-38.
28. McKee DL, Tisdell C. *Developmental issues in small island economies*. New York: Praeger, 1990.
29. Lobel HO, Campbell CC, Pappaioanou M et al. *Use of prophylaxis for malaria by American travelers to Africa and Haiti*. JAMA 1987;257:2626-27.
30. Centers for Disease Control. *Imported malaria among travelers – United States*. MMWR 1984;33:388-90.
31. Demeter SJ. *An evaluation of sources of information on health and travel*. Can J Public Health 1989;80:20-2.
32. Nettleman MD, Wenzel AH. *Health advice for travelers from embassies and consulates* [letter]. N Engl J Med 1990;322:136.
33. Sawyer LJ, Keystone JS. *Travel advice from embassies and consulates of developing countries*. Can Med Assoc J 1987;136:693.
34. Keystone JS, Dismukes R, Sawyer L et al. *Inadequacies in health recommendations provided for international travelers by North American travel health advisors*. J Travel Med 1994;1:72-8.
35. Townend M. *Sources and appropriateness of medical advice for trekkers*. J Travel Med 1998;5:73-9.

APPENDIX
Code of Ethics for Tourists⁽¹⁵⁾

1. Travel in a spirit of humility and with a genuine desire to learn more about the people of your host country. Be sensitively aware of the feelings of other people, thus preventing what might be offensive behaviour on your part. This applies very much to photography.
2. Cultivate the habit of listening and observing, rather than merely hearing and seeing.
3. Realize that often the people in the country you visit have time concepts and thought patterns different from your own. This does not make them inferior, only different.
4. Instead of looking for the “beach paradise”, discover the enrichment of seeing a different way of life, through other eyes.
5. Acquaint yourself with local customs. What is courteous in one country may be quite the reverse in another – people will be happy to help you.
6. Instead of the Western practice of “knowing all the answers”, cultivate the habit of asking questions.
7. Remember that you are only one of thousands of tourists visiting this country, and do not expect special privileges.
8. If you really want your experience to be a “home away from home”, it is foolish to waste money on traveling.
9. When you are shopping, remember that the “bargain” you obtained was possible only because of the low wages paid to the maker.
10. Do not make promises to people in your host country unless you can carry them through.
11. Spend time reflecting on your daily experience in an attempt to deepen your understanding. It has been said that “what enriches you may rob and violate others”.

27. Hobson JSP, Dietrich UC. *Tourism, health and quality of life: challenging the responsibility of using the traditional tenets of sun, sea, sand, and sex in tourism marketing*. J Travel and Tourism Marketing 1994;3(4):21-38.
28. McKee DL, Tisdell C. *Developmental issues in small island economies*. New York: Praeger, 1990.
29. Lobel HO, Campbell CC, Pappaioanou M et coll. *Use of prophylaxis for malaria by American travelers to Africa and Haiti*. JAMA 1987;257:2626-27.
30. Centers for Disease Control. *Imported malaria among travelers – United States*. MMWR 1984;33:388-90.
31. Demeter SJ. *An evaluation of sources of information on health and travel*. Can J Public Health 1989;80:20-2.
32. Nettleman MD, Wenzel AH. *Health advice for travelers from embassies and consulates* [lettre]. N Engl J Med 1990;322:136.
33. Sawyer LJ, Keystone JS. *Travel advice from embassies and consulates of developing countries*. Can Med Assoc J 1987;136:693.
34. Keystone JS, Dismukes R, Sawyer L et coll. *Inadequacies in health recommendations provided for international travelers by North American travel health advisors*. J Travel Med 1994;1:72-8.
35. Townend M. *Sources and appropriateness of medical advice for trekkers*. J Travel Med 1998;5:73-9.

ANNEXE
Code d'éthique à l'intention des touristes⁽¹⁵⁾

1. Voyagez dans un esprit d'humilité et avec le désir véritable d'en connaître davantage sur la population du pays d'accueil. Soyez respectueux des sensibilités d'autrui en évitant ainsi tout comportement offensant de votre part, en particulier lorsque vous prenez des photos.
2. Prenez l'habitude d'observer et d'écouter, plutôt que simplement voir et entendre.
3. Tenez compte du fait que pour les habitants du pays que vous visitez, les concepts de temps et les façons de penser peuvent être différents des vôtres. Cela ne les rend pas inférieurs à vous, seulement différents.
4. Au lieu de chercher la plage de vos rêves, découvrez une manière de vivre différente, avec un regard différent.
5. Renseignez-vous sur les coutumes locales; un geste qui peut paraître courtois dans un pays peut signifier tout à fait le contraire dans un autre. Les gens seront heureux de vous aider.
6. Plutôt que d'adopter l'attitude occidentale «je sais tout», prenez l'habitude de poser des questions.
7. N'oubliez pas que vous n'êtes qu'un touriste parmi tant d'autres au pays; ne vous attendez pas à obtenir des privilèges spéciaux.
8. Si vous cherchez à tout prix à vivre une expérience qui rappelle le confort de votre foyer, ne gaspillez pas votre argent en voyages.
9. Lors de vos emplettes, rappelez-vous que «l'aubaine» que vous avez obtenue n'a été possible qu'en raison du maigre salaire versé au fabricant.
10. Ne faites pas de promesses aux gens du pays d'accueil si vous ne pouvez pas les tenir.
11. Prenez le temps de réfléchir à votre expérience quotidienne dans le but d'approfondir votre compréhension des choses. Ce qui peut sembler une bonne affaire pour vous peut causer un tort considérable à autrui.

**Our mission is to help the people of Canada
maintain and improve their health.**

Health Canada

The Canada Communicable Disease Report (CCDR) presents current information on infectious and other diseases for surveillance purposes and is available through subscription. Many of the articles contain preliminary information and further confirmation may be obtained from the sources quoted. Health Canada does not assume responsibility for accuracy or authenticity. Contributions are welcome (in the official language of your choice) from anyone working in the health field and will not preclude publication elsewhere.

Eleanor Paulson
Editor-in-Chief
(613) 957-1788

Marion Pogson
Editor
(613) 954-5333

Pamela Fitch
French Editor
(613) 952-3299

Robert Friedman
Desktop Publishing

Submissions to the CCDR should be sent to the:
Editor
Population and Public Health Branch
Scientific Publication and Multimedia Services
130 Colonnade Rd, A.L. 6501G
Ottawa, Ontario K1A 0K9

To subscribe to this publication, please contact:
Canadian Medical Association
Member Service Centre
1867 Alta Vista Drive, Ottawa, ON Canada K1G 3Y6
Tel. No.: (613) 731-8610 Ext. 2307 or (888) 855-2555
FAX: (613) 236-8864

Annual subscription: \$100 (plus applicable taxes) in Canada; \$133 (U.S.) outside Canada.

This publication can also be accessed electronically via Internet using a Web browser at <<http://www.hc-sc.gc.ca/pphb-dgspsp/publicat/ccdr-rmtc>>.

(On-line) ISSN 1481-8531

Publications Mail Agreement No. 40064383

© Minister of Health 2003

**Notre mission est d'aider les Canadiens et les Canadiennes à
maintenir et à améliorer leur état de santé.**

Santé Canada

Pour recevoir le Relevé des maladies transmissibles au Canada (RMTC), qui présente des données pertinentes sur les maladies infectieuses et les autres maladies dans le but de faciliter leur surveillance, il suffit de s'y abonner. Un grand nombre des articles qui y sont publiés ne contiennent que des données sommaires, mais des renseignements complémentaires peuvent être obtenus auprès des sources mentionnées. Santé Canada ne peut être tenu responsable de l'exactitude, ni de l'authenticité des articles. Toute personne travaillant dans le domaine de la santé est invitée à collaborer (dans la langue officielle de son choix); la publication d'un article dans le RMTC n'en empêche pas la publication ailleurs.

Eleanor Paulson
Rédactrice en chef
(613) 957-1788

Marion Pogson
Rédactrice
(613) 954-5333

Pamela Fitch
Rédactrice française
(613) 952-3299

Robert Friedman
Éditique

Pour soumettre un article, veuillez vous adresser à :
Rédactrice
Direction générale de la santé de la population et de la
santé publique, Services de publications scientifiques et
multimédias, 130, rue Colonnade, I.A. 6501G
Ottawa (Ontario) K1A 0K9.

Pour vous abonner à cette publication, veuillez contacter :
Association médicale canadienne
Centre des services aux membres
1867 promenade Alta Vista, Ottawa (Ontario), Canada K1G 3Y6
N° de tél. : (613) 731-8610 Poste 2307 ou (888) 855-2555
FAX : (613) 236-8864

Abonnement annuel : 100 \$ (et frais connexes) au Canada; 133 \$ US à l'étranger.

On peut aussi avoir accès électroniquement à cette publication par Internet en utilisant un explorateur Web, à <<http://www.hc-sc.gc.ca/pphb-dgspsp/publicat/ccdr-rmtc>>.

(En direct) ISSN 1481-8531

Poste-publications n° de la convention 40064383

© Ministre de la Santé 2003