

La mise en place d'une politique de Responsabilité Sociale des Entreprises dans le secteur du tourisme

The implementation of a Corporate Social Responsibility policy in the tourism sector

SEBTI Fayçal *¹

Ecole Nationale Supérieure du Tourisme, Alger, S_fayssal@yahoo.fr

Réception : 14/05/2021, **Acceptation** : 30/05/2021, **Publication** : 08/06/2021

Résumé : Intégrer une politique de RSE offre une alternative à toutes les formes de tourisme, et surtout celle du tourisme de masse, lui permettant de devenir un tourisme responsable qui puisse respecter l'équilibre et la cohésion entre les différentes dimensions (OMT, 2006). En effet, préserver l'environnement, ou améliorer les conditions de vie des populations autochtones sont autant de tendances qui façonnent une nouvelle forme de tourisme. Dans ce contexte, l'objectif principal de cet article est d'analyser la question suivante: Comment peut-on intégrer une politique de RSE dans le secteur touristique?

Mots-clés : RSE ; Tourisme ; Tourisme durable.

Abstract: Integrating a CSR policy offers an alternative to all forms of tourism, and especially that of mass tourism, allowing it to become responsible tourism that can respect the balance and cohesion between the different dimensions (UNWTO, 2006). Indeed, preserving the environment, or improving the living conditions of indigenous populations are all trends that are shaping a new form of tourism. In this context, the main objective of this article is to analyze the following question: How can we integrate a CSR policy in the tourism sector?

Keywords: CSR; Tourism; Sustainable tourism.

* Auteur Correspondant

I- Introduction :

Depuis quelques années, l'organisation mondiale du tourisme (OMT) travaille à une nouvelle façon de mesurer le poids économique réel du tourisme. Il s'agit du compte satellite du tourisme. Dans ce contexte, la plupart des gouvernements considèrent désormais le tourisme comme une activité économique importante. En effet, le tourisme produit des impacts majeurs sur l'environnement naturel et bâti, ainsi que sur le bien-être et la culture des populations d'accueil (OMT, 2006). Avec l'émergence de nouvelles préoccupations sociales et environnementales, le développement touristique est de plus en plus confronté à la question du développement humain des populations locales et de la protection de l'environnement. Ces préoccupations, associées à l'émergence de la notion de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), ont donné naissance au concept de tourisme durable.

L'expression tourisme durable, qui désigne un tourisme basé sur les principes du développement durable, fait référence à un objectif fondamental : rendre toutes les formes de tourisme plus durables (OMT, 2006).

En se basant sur les principes du développement durable et en l'appliquant à toutes les formes de tourisme, l'objectif principal de notre recherche sera d'analyser la question suivante:

Comment peut-on intégrer une politique de RSE dans le secteur touristique?

Afin d'apporter une réponse à cette question, nous nous sommes basés d'une part sur une documentation sous forme de : livres, articles scientifiques et de presse, rapport d'experts et sites web et d'autre part sur des exemples concrets de l'intégration des démarches de la RSE dans le secteur du tourisme.

Notre recherche est structurée en deux points : d'abord nous présentons un aperçu sur les concepts de la RSE et du tourisme. Ensuite, nous abordons la question de l'intégration d'une politique de RSE dans le tourisme.

I.1. Les concepts de la RSE et du tourisme :

Le tourisme est un secteur vigoureux de l'économie mondiale. Cette puissance conférée rend incontournable le questionnement de l'introduction de la RSE dans sa pratique. Dans ce paragraphe, nous abordons dans un premier temps le concept de la RSE. Ensuite un aperçu sur le phénomène touristique et enfin nous présentons la relation entre la RSE et le tourisme.

I.1.1. La genèse de la responsabilité sociale de l'entreprise :

La Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) est une première traduction du terme anglais «*Corporate Social Responsibility*», qui est apparu dans les années 1950 aux États-Unis, à partir de considérations éthiques et religieuses donnant

lieu, essentiellement, à des actions philanthropiques, tandis que, en Europe, il est largement admis que la RSE se définit comme étant la contribution des entreprises au développement durable. Nous présenterons ci-dessous les sources américaines et européennes qui ont contribué à la construction de cette notion.

I.1.1.1 La vision américaine :

Historiquement, aux États-Unis, c'est l'éthique personnelle du dirigeant qui est à l'origine du concept de la RSE. Pour des raisons morales ou religieuses, le dirigeant doit faire le bien autour de lui : l'entreprise qui se confond avec son dirigeant est considérée comme un « être moral » à l'égard de laquelle s'exerce l'exigence d'assurer le bien-être des travailleurs, de leurs familles et de la communauté qui entoure l'entreprise (Capron, 2006, P.3).

Howard Bowen dans son ouvrage intitulé « *Social Responsibilities of the businessman* » et qui est identifié

comme le père fondateur de la RSE (Carroll, 1979, pp.197-505), définit la responsabilité sociale de l'entrepreneur au début de l'ouvrage, « *La responsabilité sociale renvoie aux obligations de l'homme d'affaire de poursuivre telles politiques, de prendre telles décisions ou de suivre telles lignes d'action qui sont désirables en fonction des objectifs et des valeurs de notre société* », il s'agit de placer les valeurs reconnues dans la société au dessus des valeurs personnelles et cela dans un mouvement volontaire de la raison, car l'homme d'affaire ayant plus de pouvoir que le simple citoyen, il doit être capable de comprendre l'impact de son action sur la société. Selon Pasquero (2006), la publication de l'ouvrage de Bowen intervient dans un contexte particulier où il est demandé aux entreprises de dépasser le cadre strict de leurs obligations économiques pour assumer des obligations morales envers la société (Pasquero, 2006).

À la suite de Bowen (1953), de nombreux auteurs développent l'idée selon laquelle une conduite des affaires socialement responsable consiste, pour un dirigeant, à respecter, dans ses décisions et ses actions, des valeurs et des principes culturels, sociaux, humanistes, éthiques, philanthropiques (Pierre, 2008 , pp.13-21.).

I.1.1.2. La vision européenne :

L'Union européenne considère la RSE comme le corollaire du développement durable. L'une des définitions de la RSE retenues par l'Union européenne est précisément celle qui présente la RSE comme étant la contribution de l'entreprise au développement durable (Rosé, 2006). La RSE devient alors un moyen de rendre compatible le développement durable avec l'économie de marché. Avec l'expansion extraordinaire du phénomène de globalisation, les entreprises sont contraintes à s'intéresser de plus en plus aux exigences sociales

qui font pression en matière de développement durable et à l'amélioration de leur image. Parler de nos jours d'une entreprise socialement responsable revient à parler d'une entreprise qui prend en compte le développement durable selon ses trois dimensions.

Dans son côté, le Conseil mondial des entreprises pour le développement (World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)) encourage l'exploitation durable des ressources naturelles : eau, terre et énergie. Ainsi, l'entreprise est incitée à respecter les modes durables de production, de consommation, de transport et d'urbanisation et à prévenir la pollution ; respecter la capacité des écosystèmes et préserver les chances des générations futures seraient même de son devoir. D'après le WBCSD, la responsabilité sociale des entreprises se concrétise par une contribution positive de l'entreprise aux efforts de la société, dans ses projets, et ce, par des actions concrètes qui correspondent aux attentes des différents acteurs sociaux.

I.1.1.3. La RSE en Algérie :

L'engagement des entreprises algériennes dans les processus de responsabilité sociale s'est concrétisé à travers le projet de préservation d'environnement appelé contrat de performance environnementale lancé par le Ministère de l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement en 2006 et par la mise en œuvre des normes ; ISO 14001, ISO 9001 et ISO 26000 relative à la RSE.

Le projet de mise en œuvre de la norme ISO 26000 sur la responsabilité sociale des entreprises dans la région Moyen-Orient-Afrique du Nord (MENA) piloté par l'ISO et financé par l'agence suédoise de coopération pour le développement industriel (ASDI) s'adresse à 8 pays : l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, l'Égypte, la Jordanie, la Syrie, le Liban et l'Irak.

Le projet couvre un ensemble d'activités visant à créer un pool d'experts nationaux et régionaux qui pourront ainsi aider un certain nombre d'organisations pilotes volontaires de ces différents pays à appliquer ISO 26000.

En Algérie, c'est l'Institut Algérien de Normalisation (IANOR) qui porte le projet. Sa durée est de 4 ans. Il est déployé en deux phases, la Phase I a été mise en œuvre en 2011 et la Phase II de 2012 à 2014. L'intérêt de la démarche vise à :

- Inscrire les acteurs dans une démarche régionale suivie mondialement
- Mettre en place des recommandations de responsabilité sociétale en harmonie avec une démarche de développement durable.
- Anticiper l'application future d'un référentiel international

En effet, en 2012, quatre entreprises algériennes publiques et privées à savoir, l'Entreprise nationale de canalisation (ENAC, filiale de Sonatrach), Algérie Télécom, le groupe Condor et Cevital Béjaïa, sont retenues par l'Institut national de normalisation (IANOR) dans la perspective de bénéficier d'un programme

régional triennal d'accompagnement en vue de se conformer à la norme ISO 26000 relative à la Responsabilité sociale des entreprises (RSE).

I.1.2. Le phénomène touristique :

Le déplacement touristique possède des racines anciennes que les historiens ont étudiées pour l'Antiquité, le Moyen-Age, et l'Époque moderne. Dans ce paragraphe nous présentons, tout d'abord un aperçu historique sur le tourisme, ensuite nous présentons les dimensions du phénomène touristique et enfin nous exposons les différentes formes de tourisme.

I.1.2.1. Aperçu historique sur le tourisme :

Le monde a connu de nombreuses formes de tourisme depuis l'antiquité. En effet, les grecs, les puniques, les phéniciens, les romains ou encore les pharaons, avaient connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons de nature économiques, commerciales, curatives, de divertissements ou encore de découvertes (Mesplier, A. et Bloc-Duraffour P, 2011, P. 9).

Au XVIII^e siècle, le tourisme prend une nouvelle dimension. Il s'élargit à de nouvelles clientèles, étend son aire géographique et diversifie ses activités. Le mot « Tourisme » apparaît pour la première fois en Angleterre à la fin XVIII^e siècle et son usage s'étend rapidement parmi les classes aisées. En France, on peut situer aux alentours de 1860 les premières formes du tourisme moderne – le tourisme de montagne, le thermalisme, le climatisme- avec l'accueil des marchands et des pèlerins dans les auberges et les hospices des vallées (maisons où les religieux donnaient l'hospitalité aux voyageurs).

Au XIX^e siècle, et dans la première moitié du XX^e siècle, le tourisme connaît son réel développement. Une réelle filière économique se met progressivement en place et le tourisme se traduit par une multitude d'aménagement, qui bouleversent le milieu local et créent de nouvelles dynamiques.

D'une manière générale, aujourd'hui, à la mer comme à la montagne, les capacités d'hébergement, les moyens de transport et les équipements ont explosé, suivant la demande d'une clientèle de plus en plus nombreuse et diversifiée.

I.1.2.2. Les dimensions du phénomène touristique :

Dès les années 40, le professeur *Krapf* a défini le tourisme comme « l'ensemble de rapports engendrés par le déplacement de l'individu en dehors de sa résidence habituelle, dans un but financièrement désintéressé ». Pour identifier ces rapports l'auteur a utilisé la notion d'environnement, selon différents points de vue (Hunziker, W et Krapf K. 1942, p. 14):

L'environnement économique : le tourisme est une activité économique qui fait partie du secteur de service appelé tertiaire. Il met en jeu, des opérations de capital (argent), de distribution et de consommation. C'est aussi une activité qui a un impact sur l'emploi, la balance des paiements, la production nationale, les prix, la consommation, la fiscalité, la dynamisation et la diversification de l'économie.

L'environnement socioculturel : le tourisme est perçu comme une activité profondément humaine en ce sens : il implique l'immigration d'individus qui entraînent à leur tour une rencontre entre les cultures plus ou moins proches les unes des autres. Ces rencontres peuvent être à l'origine de liens d'amitiés, de communication, de générosité, de tolérance, d'aventure,... etc.

L'environnement politique : le tourisme crée d'emploi, générateur de devises qui peuvent servir au financement du développement. C'est un facteur de paix entre les peuples.

L'environnement écologique : le tourisme dépend très étroitement des ressources naturelles (mer, désert, campagne, montagne, faune, flore). Le tourisme peut inciter à une certaine prise de conscience de l'importance de l'environnement, et donc à sa protection et à sa mise en valeur.

I.1.3. Les différentes formes de tourisme :

Pluriel dans ses formes, multiple dans ses pratiques, le tourisme apparaît comme un phénomène complexe et établir une typologie des différentes formes touristiques s'apparente à un exercice difficile. En effet, par ce que le tourisme se traduit avant tout par un déplacement du lieu de domicile vers un lieu de loisir, d'un certain type de clientèle, pour un motif déterminé, en un temps déterminé, il apparaît pertinent d'établir une classification des différentes formes touristiques¹ (Leroux, et Pupion, 2014, pp.13-16).

a) Les formes de tourisme liées aux espaces :

1. Le tourisme urbain : il regroupe les ressources ou les activités touristiques générées dans une ville ou par la ville. En effet, la ville apparaît comme un support privilégié de la pratique touristique tant les offres sont multiples. Riche en monuments et musées, proposant des festivals et des manifestations, la ville est considérée comme un « sanctuaire » culturel. Mais, étant également équipée en infrastructures d'hébergement et de congrès, la ville permet l'existence du tourisme d'affaires et de congrès ou de shopping.

2. Le tourisme en montagne : la montagne attire les touristes nationaux et internationaux désireux de découvrir un environnement naturel rompant la plupart du temps avec leur quotidien et de pratiquer des activités sportives et de remise en forme. Les paysages montagnards, de par leur diversité permettent des pratiques touristiques et sportives diverses en été comme en hiver.

3. Le tourisme culturel : est celui qui attribue la plus haute importance à la connaissance et à la préservation du patrimoine culturel.

Le patrimoine culturel se définit par l'héritage que les sociétés ont laissé en témoignage au fil des siècles et englobe : les monuments religieux (mosquées, églises, etc.), les monuments civils (palais de justice, hôtel de ville, ponts urbains, etc.), les châteaux forts et les manoirs, les sites archéologiques, les musées nationaux ou privés, le patrimoine lié à l'héritage industriel, quartiers anciens, etc. le tourisme culturel s'intéresse également aux manifestations culturelles (festivals) et artistiques (expositions) spectacles nocturnes ou carnivals.

4. Le tourisme d'affaires : il combine à la fois une dimension professionnelle (voyages d'entreprises) et à la fois une dimension touristique (voyages touristiques) en ciblant une clientèle de groupe. Il faut distinguer le voyage d'affaires individuel (ou voyage professionnel) dont l'objet du déplacement est programmé en fonction d'une destination déterminée et le tourisme d'affaires dont le déplacement est conditionné par une manifestation professionnelle précise (congrès, salons, colloques...).

5. Le tourisme de santé : thermalisme et thalassothérapie

C'est deux pratiques ont en effet une double fonction, médicale et touristique, car la vocation touristique des lieux de cure est ancienne.

Le thermalisme : la cure thermal ou crénothérapie repose sur l'utilisation de l'eau de sources aux vertus médicales, bains ou douche à l'eau froide ou chaude selon les sources.

La thalassothérapie : utilise l'eau de mer et les éléments du milieu marin (boue marines, algue) dans un but curatif ou préventif sous surveillance médicale.

6. Le tourisme gastronomique : C'est voyage qui est fait dans le but de découvrir un patrimoine culinaire d'un pays ou d'une région. De plus en plus de touristes apprécient de pouvoir des produits locaux, de flâner sur les marchés et les foire gastronomiques et découvrir des modes de fabrication.

7. Le tourisme religieux : il englobe deux pratiques distinctes : la fréquentation de monuments religieux (pratiques culturelle) et la fréquentation de lieux de culte (pratique cultuelle).

8. Le tourisme ludique : dans cette forme de tourisme on classe la fréquentation des casinos, des parcs de loisirs, etc.

9. Le tourisme sportif : les activités liées au tourisme sportif sont multiples, par exemples : le ski, la randonnée, l'équestre, le golf.

b) De nouvelles formes de tourisme :

La prise en compte des interactions entre environnement, économie et société a conduit non seulement à remettre en cause certaines formes de tourisme, mais aussi à en développer de nouvelles.

1. Tourisme durable : cette forme de tourisme tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.

2. Le tourisme équitable : il s'agit d'activités touristiques dont les bénéfices sont perçus en grande partie par les populations locales et partagés de façon équitable entre ses membres.

3. Le tourisme social : préconise le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de la population notamment les jeunes, les familles, les retraités, les handicapés, les personnes aux revenus modestes. Il renforce la qualité de la relation entre les touristes et les communautés d'accueil.

4. L'écotourisme ou le tourisme vert : cette forme de tourisme vise à faire découvrir des paysages ou des espèces particulières tout en respectant les écosystèmes, voire en participant à leur restauration. Il s'agit de favoriser la protection des zones naturelles tout en procurant des avantages économiques aux communautés d'accueil et aux organismes qui y veillent.

5. Le tourisme solidaire : est directement associé à des projets socio-économiques locaux. Dans ce cadre, le touriste et le voyageur peuvent participer directement à des actions de développement. Ils peuvent également financer un projet de réhabilitation (bâtiment, équipement, aménagement,...) ou un projet social grâce à une partie du prix du voyage.

I.1.4 : Tourisme et RSE, quelle relation ?

A partir des années 1970, le tourisme a connu un essor fulgurant au niveau mondial, engendre des problèmes sociaux et environnementaux et soulève la question du respect des communautés locales et de l'environnement. Avec l'émergence de ces préoccupations sociales et environnementales, le développement touristique est de plus en plus confronté à la question du développement humain des populations locales et de la protection de l'environnement (McCool, 1995, pp.3-7). Ces préoccupations, associées à l'émergence de la notion de la responsabilité sociale des entreprises, ont donné naissance au concept de tourisme durable.

En effet, le secteur touristique s'est officiellement approprié le concept du développement durable en 1995 avec la Conférence mondiale du tourisme durable. L'Organisation mondiale du tourisme a alors publié la Charte du

tourisme durable. « La notion de tourisme durable est directement déduite de celle de développement durable. Il s'agit d'une forme de développement touristique qui doit permettre de répondre aux besoins des touristes tout en préservant les chances du futur » (Amirou, 2005, p. 90).

Le tourisme basé sur les principes du développement durable, fait référence à un objectif fondamental : rendre toutes les formes de tourisme plus durables (OMT, 2006). Il vise l'ensemble de l'industrie touristique, traite aussi bien des espaces naturels que des régions rurales ou urbaines, intègre la notion de patrimoine culturel et architectural, et préconise une modification des comportements adaptés aux pays visités (OMT, 2006).

Donc, pour que le tourisme soit promoteur de la durabilité plutôt que destructeur, son développement doit être mis en cohérence avec les principes généraux du développement durable.

Dans leur publication *Vers un tourisme durable – Guide à l'usage des décideurs*, le PNUE et l'OMT (2006) insistent sur la relation particulière qui existe entre tourisme et développement durable. En effet, trois éléments les mènent à considérer le tourisme comme un secteur dont la durabilité est face à de véritables défis :

- Le tourisme implique de multiples *interactions*, de manière directe ou indirecte, entre les visiteurs, les communautés d'accueil et leur environnement local.

- Les pratiques touristiques permettent une *sensibilisation* des visiteurs et des hôtes aux problèmes environnementaux et aux différences socioculturelles.

_ Le secteur du tourisme est *dépendant* de la qualité de l'environnement et de l'accueil au sein des destinations.

Dans ce sens, l'intégration d'une politique de RSE dans les entreprises du secteur du tourisme peut être considérée comme facteur « idéal » pour arrêter les effets nocifs du tourisme et permet à toutes les formes de tourisme de devenir un tourisme durable.

II-Intégrer la RSE dans le tourisme :

II.1. Penser et agir le tourisme autrement :

Intégrer une politique de RSE offre une alternative à toutes les formes de tourisme, et surtout celle du tourisme de masse, lui permettant de devenir un tourisme responsable qui puisse respecter l'équilibre et la cohésion entre les différentes dimensions (OMT, 2006). En effet, vivre une expérience authentique, préserver l'environnement, ou améliorer les conditions de vie des populations

autochtones sont autant de tendances qui façonnent une nouvelle forme de tourisme.

Depuis quelques années, les agences proposant ces séjours alternatifs se sont multipliées. Les préoccupations environnementales sont au cœur de nouvelles attentes. Selon une enquête réalisée par l'agence GlobalData en 2016, 35 % des touristes dans le monde déclarent préférer des vacances éco-responsables, et 74,5 % affirment que **les chartes RSE des hôtels** ont une influence sur leurs réservations (ADN, 2020).

En quelques années, **le tourisme durable** s'est énormément développé, avec comme valeur le respect de la nature. Il représente une solution d'avenir pour développer des offres qui permettent de **voyager sans endommager la planète**. Le **tourisme solidaire et éthique** est également une tendance forte. Le touriste participe à la vie locale. Il tisse des liens très forts avec les autochtones, basés sur l'échange et le respect. Il contribue économiquement à améliorer leurs conditions de vie grâce à une commission prélevée sur le prix du séjour. Ce tourisme utile et tourné vers les autres redonne une raison d'être au voyage. Le tourisme local ou urbain a également un fort potentiel de développement. Il ne s'agit plus de partir à des centaines ou à des milliers de kilomètres. Mais de redécouvrir sa région ou sa ville, de lever le voile sur la richesse d'un terroir, de changer le regard que l'on porte sur un lieu que l'on connaît déjà. Il recentre le voyage sur un périmètre restreint, une zone géographique familière qui recèle des expériences inédites.

En effet, l'activité touristique socialement durable qui participe à la préservation des ressources et des milieux aussi bien localement qu'au niveau planétaire se décline en quatre volets distincts (Atout France, 2011, p.15):

Les populations locales :

En luttant contre l'exploitation, en évitant la folklorisation et en favorisant les retombées positives sur le territoire.

Les clientèles :

En œuvrant pour rendre le tourisme accessible à tous et notamment aux personnes les plus fragiles comme celles en situation de handicap ou les personnes âgées.

Le personnel :

En favorisant une évolution de l'emploi dans des conditions sociales plus justes et plus épanouissantes.

Les populations plus lointaines :

En favorisant une activité commerciale plus équitable, en particulier dans le cadre des relations avec les pays du sud.

II.2. Mettre en place une démarche RSE dans le secteur touristique :

Depuis les années 1990, avec l'avènement de la RSE, le tourisme n'a pas échappé à la règle de la prise en compte d'un comportement plus responsable et de l'intégration d'une démarche RSE dans les différents secteurs liés au tourisme.

II.2.1. Le secteur de l'hébergement :

Aujourd'hui, une majorité d'entreprises tous secteurs d'activités confondus met en œuvre une politique RSE, et le secteur de l'hébergement n'est évidemment pas en reste, car cela va le sens d'un tourisme plus durable porté par l'OMT depuis plusieurs décennies.

Les hébergements touristiques se sentent de plus en plus concernés par les préoccupations de développement durable et ils sont chaque jour plus nombreux à s'engager dans une politique RSE en intégrant des gestes éco-responsables à leur quotidien. La prise en compte de l'environnement dans leur gestion permet une meilleure performance économique. A cela viennent s'ajouter des bénéfices liés à l'amélioration du service global et de la satisfaction des clients, ainsi que l'augmentation de la notoriété

Pour un hébergement, intégrer la démarche de la RSE, peut prendre des formes diverses (Atout France, 2011) :

- Fournir au client un cadre de vie plus sain ;
- Faire des choix énergétiques permettant de diminuer fortement ou de supprimer l'utilisation d'énergies non renouvelables ;
- Réduire au minimum sa quantité de déchets non recyclables (par le tri et le compostage) ;
- Favoriser l'impact économique local par une politique d'achat et d'emploi adaptée ;
- Adapter ses pratiques managériales en impliquant son personnel dans la gestion au quotidien de l'entreprise (suivi des consommations, choix des produits d'entretien, implication dans la gestion différenciée des espaces verts, ...)
- Rendre accessible la prestation d'hébergement à différentes parties de la population notamment les personnes handicapées ;

En effet, les grands groupes hôteliers internationaux ont à présent tous adopté un plan RSE. Nous pouvons notamment citer ² :

² OnLine :<https://fr.linkedin.com/pulse/h%C3%B4tellerie-et-rse-quelques-bonnes-pratiques-au-sein-du-julie-leray> (visite le : 08.07.2020).

- Accor avec son programme Planète 21: financement de plantation d'arbres, lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants, utilisation de bois issus de forêts gérées durablement, utilisation de produits écolabellisés,...
- IHG : "IHG Green Engage" pour gérer l'impact environnemental des hôtels, ou "IHG Academy" permettant aux populations locales de se former et d'améliorer leurs perspectives d'emploi,
- Hilton avec sa stratégie "Travel with Purpose " visant à diviser par deux l'impact environnemental en réduisant les consommations d'énergie, d'eau, le gaspillage et doubler l'investissement social (fournisseurs locaux, programme d'actions pour les femmes),...

Au-delà des chaînes intégrées internationales, le Groupe Barrière grâce à son plan "Planète Barrière" il a construit un modèle ambitieux de développement respectueux des hommes, de l'environnement et des économies locales. Ce plan repose sur cinq piliers : "Gouvernance & dialogue" afin que la RSE soit l'affaire de tous au sein de l'entreprise et mobilise l'ensemble des salariés, "Relation client" pour responsabiliser le client et le rendre acteur de la démarche, "Employeur responsable" de façon à améliorer la qualité de vie au travail, "Environnement" permettant de limiter l'impact environnemental, et enfin "Développement local" pour favoriser l'ancrage territorial.

Ainsi, le secteur de l'hébergement est particulièrement concerné par l'architecture des bâtiments et d'aménagement des lieux, éléments primordiaux de toute mise en œuvre de politique de développement durable. Donc, il est urgent d'encourager les promoteurs à retenir de nouvelles méthodes architecturales au moment de la conception ou de la rénovation de ces infrastructures, méthodes que les Américains désignent par le « sustainable design », termes que nous pourrions traduire par « architecture écologique » dont l'objectif est de proposer des solutions pour une utilisation efficace et raisonnée des ressources naturelles¹ (Bernard, 2009, p.115).

II.2.2. Le secteur des transports :

La question **des transports est un sujet central dans la mise en place d'une démarche RSE**. Pour une compagnie de transport, l'enjeu de durabilité principal est lié à la réduction des impacts des gaz à effet de serre et, plus globalement, aux énergies non renouvelables. D'autres chantiers sont ouverts comme la réduction des déchets et des pollutions, l'accessibilité du transport à tous ou les conditions d'emploi.

Depuis 2016, le secteur du transport aérien a marqué une transition historique. Les 191 pays membres de l'OACI (Organisation de l'aviation civile internationale), sous l'égide de l'ONU, ont signé un accord visant à limiter l'impact des

compagnies aériennes sur le climat, s'engageant à maintenant d'ici 2035 les émissions de gaz à effet de serre au niveau observé en 2020³.

Des compagnies aériennes ont engagé leur réflexion en terme de durabilité, à l'exemple de :

Air France-KLM, très impliquée en matière de développement durable, la compagnie s'est engagée à réduire son empreinte environnementale et à promouvoir une politique de ressources humaines responsable. La compagnie possède également depuis 1992 sa propre fondation d'entreprise, qui œuvre pour l'éducation et la formation des enfants et des jeunes malades ou en difficulté.

Ryanair, "la compagnie la plus verte d'Europe", s'illustre depuis de nombreuses années par sa démarche éco-responsable. La compagnie s'est engagée à poursuivre sa réduction des émissions de CO2 et la lutte contre la pollution sonore. Et offre désormais à ses clients de "compenser le coût carbone de leurs vols" en leur permettant d'effectuer une donation optionnelle à des associations à la fin de leur réservation.

En somme, Les compagnies aériennes ont engagées leur réflexion en terme de durabilité, dans trois directions :

- Les économies d'énergie (réduire le nombre de litres de kérosène consommés par client) ;
- Les nouveaux carburants (bio carburant de seconde génération ou issu des déchets industriels) ;
- La compensation carbone (permettre au client, en ultime solution, de compenser ses émissions de CO2).

La nouvelle Aérogare de l'Aéroport International Haouri Boumediene d'Alger est entrée en service lundi 29 avril 2019. Elle est dotée de puits de lumière naturelle pour diminuer la consommation électrique, de réservoirs collecteurs au niveau de la toiture pour récupérer les eaux pluviales qui seront ensuite utilisées notamment pour l'arrosage des espaces verts et de climatiseurs qui régulent la température à hauteur de 4 mètres pour économiser l'énergie. De plus, des dessertes ferroviaires relient désormais l'aéroport international à la gare d'Agha au centre-ville d'Alger, ce qui devrait inciter les voyageurs et les visiteurs à utiliser ce mode de transport en commun et réduire de fait le trafic routier de et vers l'aéroport.

II.2.2. Les voyageurs :

³ OnLine : <https://www.carenews.com/fr/news/10800-best-of-vacances-les-compagnies-aeriennes-s-engagent> (visite le : 09.07.2020).

Des voyagistes ont fait des efforts pour appliquer les principes du développement durable dans la conception de leurs programmes de voyage, le choix de leurs fournisseurs, le travail avec les communautés locales et l'information des touristes.

Tournés naturellement vers les pays du sud, les voyagistes engagés dans une politique de RSE sont attentifs aux aspects sociaux du tourisme et tout particulièrement :

- Le respect des personnes employées directement ou indirectement ;
- Le respect des populations locales ;
- L'équité nord-sud avec le redéploiement des revenus issus du tourisme.
- L'attention particulière portée à la dimension humaine ne doit pas faire oublier les aspects environnementaux comme les questions concernant l'eau, les énergies et les déchets. Ce sont les problématiques de toute destination encore accentuées dans les pays du sud.

Il existe des réseaux de voyagistes partisans de cette démarche en France, en Allemagne, aux Pays-Bas et dans quelques autres pays. L'Initiative des voyagistes soutenue par le Programme des Nations Unis pour l'Environnement, l'UNESCO et l'Organisation Mondiale du Tourisme a des membres dans plusieurs pays et a été la première à faire adopter des bonnes pratiques durables aux voyagistes et dans les destinations où ils sont présents

Les grands groupes touristiques cotés ont tous un département ou un responsable « RSE » et ont presque tous adopté depuis plusieurs années une série d'engagements pour préserver l'environnement (Accor, Club Med, Pierre & Vacances, Center Parcs, etc.). Le Club Med a fait de la **construction écoresponsable de ses resorts** une priorité, en mettant en avant le traitement des déchets et de la pollution, la sensibilisation à une alimentation responsable, et l'utilisation des énergies renouvelables. TUI, l'un des **leaders mondiaux du tourisme**, propose désormais des « **vacances respectueuses de l'être humain, de l'animal et de la nature** ».

D'après l'ONG britannique Tourism Concern, les voyagistes ont la responsabilité de contribuer au bien-être social et économique des populations de leurs lieux de destination (Kalisch, 2002. p.28). Ils sont directement responsables de leur politique de ressources humaines, des prestataires qu'ils choisissent et des relations partenariales qu'ils nouent avec eux, des promesses qu'ils font à leurs clients et à leurs partenaires locaux, mais également de l'image des destinations qu'ils véhiculent dans leurs campagnes de publicité. Ils jouent également un rôle non négligeable dans la fréquentation des destinations touristiques.

II.2.3. Les destinations touristiques :

Une destination touristique durable ne se réduit pas au résultat de la simple addition d'actions menées dans les différents domaines du champ touristique (hébergement, restauration, activité, transport,...). L'engagement dans la RSE est un projet global de territoire. Ce qui est bon pour le touriste doit être bon pour l'habitant. Mettre en place la politique de développement durable pour une destination doit ainsi contribuer à (Atout France, 2011) :

- Préserver les milieux naturels et les éco-systèmes ;
- Garantir une bonne qualité de l'air et de l'eau ;
- Diminuer et gérer les impacts négatifs (déchets, pollutions,...)
- Organiser des transports peu polluants ;
- Permettre le développement d'hébergements et d'activités ayant un fort engagement dans la durabilité ;
- Contribuer au développement des circuits courts ;
- Organiser la répartition des retombées économiques sur le territoire ;
- Favoriser l'accès du territoire à toutes les catégories de touristes ;
- Promouvoir le progrès social des habitants.

IV- Conclusion:

Les entreprises touristiques, quels que soient leur taille (multinationales, PME, TPE) et leur statut (privé, public, associatif), doivent modifier leur vision stratégique et d'opter pour une politique de RSE. La mise en place d'une politique de RSE offre une alternative à toutes les formes de tourisme, et surtout celle du tourisme de masse, lui permettant ainsi de devenir un tourisme responsable qui puisse respecter l'équilibre et la cohésion entre les différentes dimensions. Celles-ci peuvent être prises en compte à tous les niveaux de la chaîne touristique : les opérateurs, les agences de voyages, les clients et les populations locales.

Les entreprises du secteur touristique engagées à travers une démarche RSE contribuent à améliorer leur performance globale en reposant sur les trois piliers du développement durable :

- La dimension écologique : utilisation minimale des ressources naturelles, utilisation durable des ressources renouvelables...
- Les dimensions sociales : égalité des chances Nord/Sud, lutte contre le chômage, éthique, santé et sécurité...
- La dimension économique : réduction des coûts, création de richesse, compétitivité.

VI- références:

Livres :

Amirou, R. et al. (2005). « Tourisme et souci de l'autre ». En hommage à Georges Cazes, Paris, l'Harmattan. Page 90.

Barnard, C. I. (1938). "The functions of the executive", Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bernard, S. (2009). « Du tourisme durable au tourisme équitable, Quelle éthique pour le tourisme de demain ? », édition De Boeck Supérieur, page.115.

Hunziker, W et Krapf K. (1942). "Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre ». Allemagne, tel que cité par GUIBILATO G. (1983), Économie touristique. Éditions Delta & Spes, Denges, page 14.

Jonas, H. (1979). « Le principe responsabilité. Une éthique pour la civilisation technologique », traduction française par J. Greisch, collection Champs, Paris, Flammarion, 1995. 457 pages.

Kalisch, A. (2002). "Corporate futures, social responsibility in the Tourism industry", tourism concern, London: page 28.

Leroux, E et Pupion, P.C. (2014). « Management du tourisme et des loisirs », Edition Vuibert, Paris, PP.13-16.

Mesplier, A. et Bloc-Duraffour P. (2011). « Le tourisme dans le monde », Bréal, France, page 9.

Articles de revues :

Capron, M. (2006). « Responsabilité d'entreprise : le renversement européen », Bulletin Oeconomia Humana, voumel 4, issue3. P.3.

Carroll, A. B. (1979). "A three dimensional conceptual model of corporate social performance", Academy Of Management Review, Volume 4, pp.197-505.

Joy, J-M. (2001). « Privilégier l'être humain », Tourisme, éthique et développement, Paris, l'Harmattan, pp. 23-50.

Marchesnay, M. (2012). « Une approche pragmatique de l'entrepreneur », Revue internationale de psychosociologie , Volume 18, N° 46, pp. 95-106 .

McCool, S. F. (1995). "Linking Tourism, the Environment, and Concepts of Sustainability: Setting the Stages, Rapport technique INT-GTR-323", Department of Agriculture, Forest Service-Intermountain Research, Ogden, Utah, pp.3-7.

Pierre, M. (2008). « La RSE: Fondements théoriques et problématiques gestionnaires », Entreprise Ethique, Association Francophone de Comptabilité, pp.13-21.

Articles publiés dans les actes de congrès :

Pasquero, J. (2006, Octobre). « Les ancrages institutionnels de la RSE en Amérique du Nord et la question de l'universalité du concept », Actes de l'Atelier intercontinental sur la Responsabilité

sociale de l'entreprise « Faire avancer la théorie en RSE – Advancing Theory in CSR », Montréal, 12-15 octobre.

Référence Internet :

ADN. (2020). « Le tourisme à la masse ? livre des tendances 2020, 25 secteurs clés décryptés », revue l'ADN, page 350. OnLine: <https://www.ladn.eu/nouveaux-usages/usages-et-style-de-vie/tourisme-masse-tendances-green/> (visité le 7/7/2020).

Atout France, (2011). « Tourisme et développement durable : De la connaissance des marchés à l'action marketing », Paris, page 15.

Carenews Pro, (2020). OnLine : <https://www.carenews.com/fr/news/10800-best-of-vacances-les-compagnies-aeriennes-s-engagent> (visite le : 09.07.2020).

Leray, J.(2019). OnLine : <https://fr.linkedin.com/pulse/h%C3%B4tellerie-et-rse-quelques-bonnes-pratiques-au-sein-du-julie-leray> (visite le : 08.07.2020).

OMT (2006). OnLine : http://www.world-tourism.org/francais/frameset/frame_sustainable.html. (visité le 7/7/2020).

OMT (2014). Guide pratique de la gestion des destinations touristiques, OMT, Madrid. pp.27-28.

Programme des nations unies pour l'environnement et organisation mondiale du tourisme. (2006). « Vers un tourisme durable - Guide à l'usage des décideurs », Madrid, Page 238.

Rosé, J.J. (2006). « La France est venue tardivement à la RSE, mais elle va vite. Responsabilité sociale de l'entreprise ». OnLine : <http://www.journaldunet.com>. (visité le 7/7/2020).