

RESPONSABILITE SOCIALE LEVIER DE PERFORMANCE POUR L'ENTREPRISE TOURISTIQUE

JUAN MANUEL BENÍTEZ DEL ROSARIO

Doyen: La Faculté des sciences économiques, des affaires et du tourisme, de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria.

Dec-feet@ulpgc.es

Las Palmas de Gran Canaria

MOUSSADAK HABIBA

La Faculté des sciences économiques, des affaires et du tourisme, de l'Université de Las Palmas de Gran Canaria

Administrateur à l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion- Agadir- Maroc
habibamoussadak@gmail.com

RÉSUMÉ

La Responsabilité Sociale des entreprises, notion définie par la commission Européenne comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et à leurs relations avec leurs parties prenantes. Être socialement responsable signifie, non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi, aller au-delà et investir davantage dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes »

Il s'agit d'une démarche volontaire, impliquant l'intégration de tous les enjeux à la stratégie de l'entreprise, une stratégie traitant simultanément des dimensions économiques, écologiques et sociales liées aux activités de l'entreprise.

En l'occurrence, le secteur touristique est conscient de la nécessité de promouvoir cette culture de responsabilité sociale et c'est dans ce contexte que le programme des Nations Unies (PNUE) et l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) convoient inciter tous les pays à faire en sorte que leur stratégie se fonde sur l'éthique des affaires et les notions d'entreprise responsable et citoyenne en intégrant les opportunités offertes par le tourisme « tourisme Durable ».

Dans quelle mesure alors la RSE est-elle indispensable pour la performance de l'industrie touristique ?

Mots clés : Responsabilité Sociale d'Entreprise, Développement Durable, Industrie touristique

SUMMARY

Social Responsibility, a concept defined by the European Commission as "the voluntary integration by companies of social and environmental concerns in their business trading activities and in their interaction with their stakeholders. Being socially responsible means not only fulfilling legal expectations, but also go beyond and invest more in human capital, environment and relations with stakeholders»

It is a voluntary process involving the integration of all the issues in business strategy, a strategy simultaneously addressing economic, environmental and social dimensions related to enterprise activities

In this case, the tourism sector is aware of the need to promote this culture of social responsibility, and it is in this context that the United Nations Programme (PNUE) and the World Tourism Organization (OMT) encourage all countries to ensure that their strategy will be based on business ethics and notions of responsible and citizen enterprise by incorporating the opportunities offered by tourism "Sustainable tourism".

To what extent the CSR is essential for performance of the tourism industry?

Keywords: Corporate Social Responsibility, Sustainability, Tourism Industry

INTRODUCTION

Bien que le tourisme - levier économique indéniable et un réel vecteur de développement pour de nombreux pays- apporte plusieurs avantages (revenu, emplois, développement économique), de nombreuses destinations connaissent des problèmes importants au niveau environnemental et social, faisant alors du tourisme durable une perspective de développement souhaitable et nécessaire, il se présente comme une industrie ayant peu de conséquences négatives sur l'environnement qui contribue à générer un revenu, de l'emploi et qui participe à la conservation des écosystèmes locaux.

Depuis plus de trente ans, le concept de développement durable du tourisme constitue un centre d'intérêt majeur et communément partagé entre théoriciens et professionnels du tourisme (Sharpley et Telfer, 2000).le but du développement durable est donc de créer une vie meilleure pour tous les êtres humains par des moyens qui soient aussi viables dans l'avenir qu'aujourd'hui.

Trois dimensions ou « piliers » du développement durable sont désormais reconnus et considérés comme essentiels et qui sont interdépendants et peuvent aussi bien se renforcer mutuellement qu'être en concurrence. Parvenir au développement durable, c'est trouver un équilibre entre ces trois exigences :

- ⇒ La viabilité économique, ce qui signifie générer de la prospérité à différents niveaux de la société et se soucier de la rentabilité de toute activité économique. Le plus important ici est la viabilité des entreprises et des activités et leur capacité de se maintenir à long terme ;
- ⇒ La viabilité sociale, qui signifie respecter les droits de l'homme et l'égalité des chances pour tous dans la société. Elle passe par une répartition équitable des bénéfices, avec pour priorité la lutte contre la pauvreté. L'accent est mis sur les communautés locales, le maintien et le renforcement de leurs systèmes de subsistance, la reconnaissance et le respect des différentes cultures et la disparition de toute forme d'exploitation ;
- ⇒ La viabilité environnementale, qui signifie conserver et gérer les ressources, en particulier celles qui ne sont pas renouvelables ou qui sont précieuses pour la survie de l'homme. Elle exige des mesures pour réduire la pollution de l'air, du sol et de l'eau et pour conserver la diversité biologique et le patrimoine naturel.

En d'autres termes, le développement durable est basé sur le principe d'une gestion rationnelle des ressources du monde et de l'équité dans leur utilisation et dans la répartition des bénéfices qui en découlent.

HISTORIQUE DU DEVELOPPEMENT DURABLE EN TOURISME

Il existe plusieurs définitions du Tourisme Durable, qui sont finalement toutes assez concordantes.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) « **Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont**

applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destinations, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects **environnemental, économique et socioculturel** du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, **il faut parvenir au bon équilibre** entre ces trois aspects ».

Le Tourisme Durable se caractérise ainsi par la vision à long terme qu’il adopte quant à son évolution et ses diverses retombées (sociales, culturelles, économiques...) sur les communautés d’accueil. Il nécessite l’implication effective de multiples parties prenantes en vue d’atteindre pleinement ses objectifs.

Tableau 1 : Historique du développement durable en tourisme	
<p>1972: La Conférence des Nations Unies sur le développement humain (CNUED)</p>	<p>le premier Sommet de la Terre</p> <p>premières questions écologiques dans l’agenda mondial.</p> <p>Programme des Nations Unies pour l’Environnement (PNUE)</p>
<p>1987: Le rapport Brundtland «Notre avenir à tous»</p> <p>La Commission Mondiale pour l’Environnement et le Développement (CMED), créée par ONU</p>	<p>Introduction au niveau mondial du terme de développement durable</p> <p>Définition : «Un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion: le concept de «besoins», et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, auxquels il convient d’accorder la plus grande priorité, et l’idée des limitations que l’état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l’environnement à répondre aux besoins actuels et à venir.»</p> <p>L’objectif du développement durable est de définir des schémas viables qui concilient les trois aspects économiques, sociaux, et environnementaux des activités humaines</p> <p>À ces trois piliers s’ajoute un enjeu transversal, indispensable à la définition et à la mise en œuvre de politiques et d’actions relatives au développement durable: la gouvernance</p> <p>Les objectifs du développement durable se partagent entre trois grandes catégories:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ceux qui sont à traiter à l’échelle de la planète: rapports entre nations, individus, générations; - ceux qui relèvent des autorités publiques dans

Tableau 1 : Historique du développement durable en tourisme	
	<p>chaque grande zone économique (Union européenne, Amérique du Nord, Amérique latine, Asie...), à travers les réseaux territoriaux par exemple;</p> <ul style="list-style-type: none"> - ceux qui relèvent de la responsabilité des entreprises
<p>1992: Le Sommet de la Terre à Rio de Janeiro (La conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement) Agenda 21</p>	<p>elle se base notamment sur deux constats:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la dégradation de l'environnement - l'interdépendance à long terme entre le progrès économique et la protection de l'environnement. <p>elle incite les gouvernements du globe entier (mais aussi les jeunes et les femmes) à devenir acteurs en développement durable.</p> <p>le respect de l'équilibre entre les besoins touristiques et les aspirations locales ou les actions préventives à favoriser afin de préserver l'environnement et le «produit touristique».</p> <p>Le principe de pollueur - payeur, de réduction de la pauvreté</p> <p>Le message principal, la pauvreté ainsi qu'une consommation excessive des ressources par les populations riches détériorent l'environnement.</p> <p>La question des formes d'énergies renouvelables pour remplacer les énergies fossiles</p>
<p>1993: Guide à l'intention des autorités locales - développement durable du tourisme</p> <p>Publié en anglais par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), en collaboration avec le PNUE</p>	<p>Application de la notion de durabilité au secteur touristique après le sommet de Rio</p> <p>« l'environnement est la base des ressources naturelles et culturelles qui attirent les touristes. Par conséquent, la protection de l'environnement est essentielle pour un succès à long terme du tourisme. »</p> <p>La notion de tourisme durable voit le jour, basée sur la protection de l'environnement, de l'économie et du social</p>
<p>1995:Conférence mondiale sur le tourisme durable à Lanzarote</p> <p>UNESCO, l'OMT et le programme des Nations-Unies, dans les îles Canaries</p>	<p>le concept de tourisme durable en tant que développement positif d'un point de vue économique et supportable aux niveaux écologique, équitable et social pour les populations locales</p> <p>Elle intègre certains aspects de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et les principes énoncés lors de la Conférence de Rio de 1992 (intégration dans l'économie</p>

Tableau 1 : Historique du développement durable en tourisme	
	locale, respect vis-à-vis des hôtes, protection du patrimoine naturel et culturel, réduction de la pauvreté, le soutien international à tous les niveaux afin de réaliser des projets durables, l'implémentation au niveau international, national, régional et local, l'adoption de codes de conduites par les opérateurs touristiques...). La Conférence «recommande aux Etats et aux gouvernements régionaux d'élaborer d'urgence des programmes d'action pour un développement durable du secteur touristique, en accord avec les principes énoncés».
Février 1996:	Accord en vue du développement d'un agenda 21 local
Juillet 1996	Déclassification de 1350 ha de sols urbanisables
1997:La déclaration de Berlin	Conférence internationale sur la biodiversité et le tourisme durable l'importance économique du secteur touristique et le lien étroit qu'il a avec l'environnement et la fragilité de certaines régions du monde Une coopération locale, nationale et internationale est indispensable. Protéger l'intégrité de l'écosystème et de l'habitat est une priorité.
1998: La Charte européenne du tourisme durable concerne le tourisme durable dans les espaces protégé	le tourisme durable est défini comme «toute forme de développement, aménagement ou activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales et contribue de manière positive et équitable au développement économique et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent ou séjournent dans les espaces protégés». répondre aux besoins des générations présentes sans pour autant « sanctionner » les générations futures «l'objectif du développement touristique durable est de rendre compatible l'amélioration des conditions environnementales et sociales qui résultent du développement touristique avec le maintien de capacités de développement pour les générations futures».
1999:Le Code mondial d'Ethique du tourisme	Le but est de promouvoir un tourisme responsable et durable, partout dans le monde.

Tableau 1 : Historique du développement durable en tourisme	
Texte adopté lors de l'assemblée générale de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) à Santiago (Chili).	Il doit aussi être au bénéfice de tous, c'est-à-dire autant les Etats, les opérateurs touristiques, les touristes mais surtout les populations locales tourisme respectueux des hommes, des cultures, des économies locales, de la nature et du patrimoine
2004 : le Comité de développement durable du tourisme de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)	«Les principes directeurs du développement durable et les pratiques de gestion durable du tourisme sont applicables à toutes les formes de tourisme dans tous les types de destination, y compris au tourisme de masse et aux divers créneaux touristiques. Les principes de durabilité concernent les aspects environnementaux, économiques et socioculturels du développement du tourisme. Pour garantir sur le long terme la durabilité de ce dernier, il faut parvenir au bon équilibre entre ces trois aspects». Par conséquent, le tourisme durable doit : <ul style="list-style-type: none"> • exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ; • respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leurs atouts culturels bâtis et vivants et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles ; • assurer une activité économique viable sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté.
2010 : Le tourisme durable s'organise à travers un Partenariat Mondial, initiative mondiale	visant à intégrer la durabilité dans tous les aspects des politiques, du développement et de l'exploitation du tourisme, pilotée par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement.
2011 : 1 ^{ère} AG Partenariat mondial du Tourisme Durable	Objectif de la Première Assemblée Générale constitutive du Partenariat Mondial pour le Tourisme Durable, est d'établir un cadre de fonctionnement pour le Partenariat. Le travail du Partenariat portera sur sept domaines thématiques : cadres stratégiques, changement climatique, environnement et biodiversité réduction de la pauvreté, patrimoine culturel, pratiques durables dans le secteur

Tableau 1 : Historique du développement durable en tourisme	
	privé, et financements durables.
2012 : 2 ^{ème} AG Partenariat mondial du Tourisme Durable	Les deux objectifs principaux ont été atteints : consolider l'installation du Partenariat au niveau de sa gouvernance, de son organisation et garantir un financement pérenne

Source :

- Note élaborée par Iheb BOUGHNIM et Antoine LORRAIN- Bruxelles le 10/02/09
- Organisation Mondiale du Tourisme (OMT)
- Charte du tourisme durable, Conférence mondiale sur le tourisme, UNESCO, Lanzarote, 27-28 avril 1995

CONCEPTS RELATIFS AU TOURISME DURABLE

Le développement durable a pour but de générer une vie meilleure pour l'humanité par des moyens qui soient viables dans l'avenir qu'aujourd'hui, il est basé sur le principe d'une gestion rationnelle des ressources naturelles et de l'équité dans leur utilisation et dans la répartition des bénéfices qui en découlent.

Le tourisme est considéré comme durable lorsqu'il concilie la performance économique, le progrès social et la préservation de l'environnement.

Tous les acteurs sont concernés, les acteurs institutionnels et socioprofessionnels du tourisme, les habitants... et bien-entendu, les touristes.

Le tourisme durable, terme général auquel on peut regrouper de très nombreuses formes alternatives de tourisme qui peuvent être qualifiées du « durable », ces formes qui ont des points communs mais elles ont également des différences (parfois minimes) qui les font s'orienter vers l'un ou l'autre des trois piliers du Développement Durable.

D'autres contextes et paramètres influencent également l'orientation vers une forme déterminée du tourisme, comme : le niveau de développement du pays, la richesse de son capital touristique ou encore le positionnement du produit touristique.

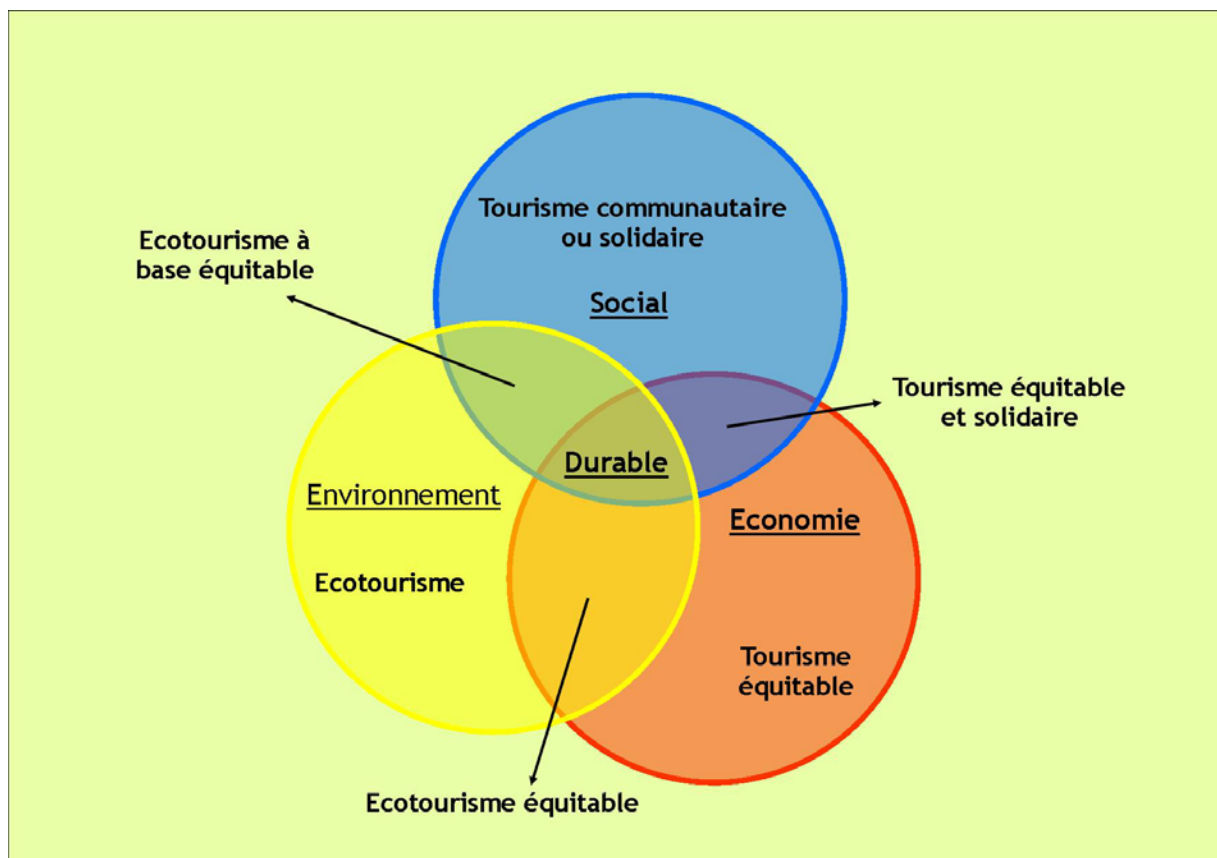


Figure 1 : tourisme durable

Source : www.altervoyages.org

Pilier Environnemental : ECOTOURISME / TOURISME VERT

L'Écotourisme, développé parallèlement à la nouvelle conscience environnementale, est une notion relativement récente portée par l'intérêt grandissant des touristes pour l'environnement, c'est une forme de tourisme pratiqué et axée en espace naturel. Il est intimement lié à la notion d'apprentissage, de découverte, de compréhension, d'interprétation et de sensibilisation à l'environnement tout en veillant à les préserver le patrimoine naturel que culturel et à inculquer aux touristes les bonnes pratiques liées au respect de l'environnement naturel et humain qui les accueille.

L'écotourisme doit également apporter de l'emploi et des revenus aux populations locales, tout en fournissant des avantages économiques aux communautés d'accueils, aux organismes et aux administrations qui veillent à la préservation des espaces naturels.

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) le définit comme « *satisfaisant aux besoins présents des touristes et des régions hôtes, tout en protégeant et en mettant en valeur les opportunités pour le futur. Il conduit à une gestion des ressources qui remplit les besoins économiques, sociaux et esthétiques tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique et les systèmes qui supportent la vie* ».

Aussi, l'Écotourisme pourrait être défini comme: « *une visite, responsable sur le plan de l'environnement, dans des milieux naturels relativement peu perturbés, avec le but d'apprécier la nature (et toute autre dimension culturelle du passé ou du présent), qui fait la promotion de la conservation, qui a un faible impact négatif et qui permet une implication socio-économique des populations locales* ». (Définition de l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (IUCN)).

En d'autre terme le tourisme vert est constitué de :

- ⇒ La réduction maximale de tous les impacts négatifs de l'activité touristique sur la nature.
- ⇒ L'apprentissage du respect de l'environnement et la prise de conscience de sa préservation.
- ⇒ La production d'expériences positives pour les touristes aussi bien que pour les hôtels et les autres partenaires en relation avec le tourisme, ainsi que des bénéfices économiques directs pour la préservation de la nature.

Pilier Socio-économique : TOURISME ÉQUITABLE

Le Tourisme Equitable est « *un ensemble d'activités de services touristiques, proposées par des opérateurs touristiques à des voyageurs responsables, et élaboré par les communautés d'accueil, autochtones (ou tout au moins en grande partie avec elles). Ces communautés participent de façon prépondérante à l'évolution de la définition de ces activités (possibilité de les modifier, de les réorienter, de les arrêter). Elles participent aussi à leur gestion continue de façon significative (en limitant au maximum les intermédiaires n'adhérant pas à ces principes du tourisme équitable). Les bénéfices sociaux, culturels et financiers de ces activités doivent être perçus en grande partie localement, et équitablement partagés entre les membres de la population autochtone* ». Source : « [Charte du Tourisme Equitable](#) » élaborée en 2002.

Le tourisme équitable s'inspire des principes du commerce équitable. Il insiste plus particulièrement sur la participation des communautés d'accueil, sur les prises de décisions

démocratiques, sur des modes de production respectueux de l'environnement et sur une juste rémunération des prestations locales

Piliers Social et Environnemental : TOURISME RESPONSABLE

Selon la Coalition Mondiale pour un Tourisme Responsable, « *le Tourisme Responsable désigne toute forme de développement, d'aménagement ou d'activité touristique qui respecte et préserve à long terme les ressources naturelles, culturelles et sociales et contribue de manière positive et équitable au développement et à l'épanouissement des individus qui vivent, travaillent et séjournent dans ces espaces* ».

Le tourisme responsable est un synonyme de tourisme durable, avec une petite nuance dans le sens où ce concept implique une démarche volontaire de responsabilité sociale et environnementale de la part d'acteurs économiques.

Le Tourisme Responsable contribue à la compréhension et au respect mutuel entre les peuples. Vecteur d'épanouissement individuel et collectif, le Tourisme Responsable met l'accent sur l'authenticité de la rencontre entre le touriste et les populations locales d'une part, et sur la gestion rationnelle des ressources naturelles d'autre part.

Pilier Social : TOURISME SOLIDAIRE

Le Tourisme Solidaire regroupe les formes de tourisme « alternatif », sa notion s'inscrit à la fois dans une perspective responsable et équitable, mais plus directement est proche du tourisme équitable, ces formes qui mettent au cœur du voyage l'homme et la rencontre, et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires. L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et une répartition plus équitable des ressources générées sont les fondements de ce type de tourisme. Le tourisme solidaire implique directement le voyageur dans le développement local de la destination qu'il a choisi par le biais des retombées économiques pour les communautés, soit le voyageur soutient des actions de développement, soit une partie du prix du voyage sert au financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social.

Pilier social : TOURISME SOCIAL

Le tourisme social est né d'une exigence éthique afin de promouvoir l'accès au tourisme pour tous, il est rendu possible, ou facilité, par des mesures d'un caractère social bien défini, avec une attention particulière portée sur les catégories de population aux revenus modestes (en particulier les jeunes et une partie des retraités) et sur les personnes à capacité physique restreinte, mais qui visent aussi la qualité de la relation entre les visiteurs et les communautés d'accueil.

Le tourisme social inclut aussi les réalisations qui contribuent à rendre accessible la pratique d'activités de plein air, notamment en faveur des jeunes. Il a donc le mérite d'accroître la démocratisation du territoire pour des fins récréo-touristiques mais aussi socio-éducatives. Il recouvre aussi les mesures mises en place par les gouvernements de divers pays pour encourager le départ en vacances et qui sont souvent le résultat de luttes menées par des syndicats, des associations, des groupes communautaires

RESPONSABILITE SOCIALE APPLIQUEE A L'ENTREPRISE TOURISTIQUE (RSET)

Concept de la RSE

Le concept de la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE - Corporate Social Responsibility (CSR) en anglais) consiste à appliquer aux entreprises la notion de développement durable. Selon la Commission Européenne, elle désigne un « concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociales, environnementales, et économiques dans leurs activités ».

La RSE pourrait être définie comme étant la gestion, par une organisation, des impacts sociaux et environnementaux de ses activités sur la société, accompagnée d'un dialogue constant et bidirectionnel avec les parties prenantes (Capron, 2009).). Il s'agit, pour une organisation, de se comporter de façon responsable et de contribuer au développement social de la société dans laquelle elle évolue. C'est un effort de conciliation entre l'activité économique et les attentes de la société qui nécessite d'admettre qu'il existe une tension entre l'exploitation des ressources matérielles et humaines et la satisfaction des besoins de la population (CARPON et QUAIREL-LANOIZELEE)

Historique de la RSE

Née durant le « New Deal », la notion de responsabilité sociale et environnementale (RSE), Le *Corporate Social Responsibility* c'est développée aux Etats Unis et s'est forgé dans les années 50 par des auteurs américains à partir de considérations éthiques et religieuses (Capron et Quairel, 2007), époque qui a connaît une vague de définition quant à l'objet et aux limites de ce concept.

Au cours des années 1970, l'entreprise fait face à des revendications de toutes sortes par des groupes sociaux que la gestion stratégique va théoriser, à partir de 1984 avec Freeman comme les parties prenantes de l'entreprise.

Puis en Europe à la fin des les années 1990, dans un contexte de mondialisation et de déréglementation de l'activité économique. La RSE s'est notamment développée suite au sommet de la Terre en 1992 à Rio de Janeiro, à la parution du livre vert en 2001 et surtout sommet de Johannesburg en 2002. Avec pour objectif de réduire l'impact du tourisme sur l'environnement, tout en favorisant le respect des intérêts économiques et culturels des populations locales. Aujourd'hui, la RSE est au centre de préoccupations mondiales et devrait franchir un nouveau cap avec la mise en place de la norme ISO26000.

La RSE suppose que les entreprises en générale, déterminent leur stratégie en tenant compte de leurs parties prenantes. Cela va des salariés aux investisseurs, en passant par ses fournisseurs et ses clients, sans oublier les ONG et les communautés locales, Cette typologie a été développée par R. Edward Freeman dès la première moitié du XXème siècle dans sa théorie des parties prenantes (« the stakeholder theory »).

La RSE intègre donc deux critères normatifs :

- ⇒ Les entreprises doivent honorer des obligations à l'égard d'une pluralité de parties prenantes.
- ⇒ Les entreprises doivent savoir réagir aux demandes sociales qui émanent de leur environnement.

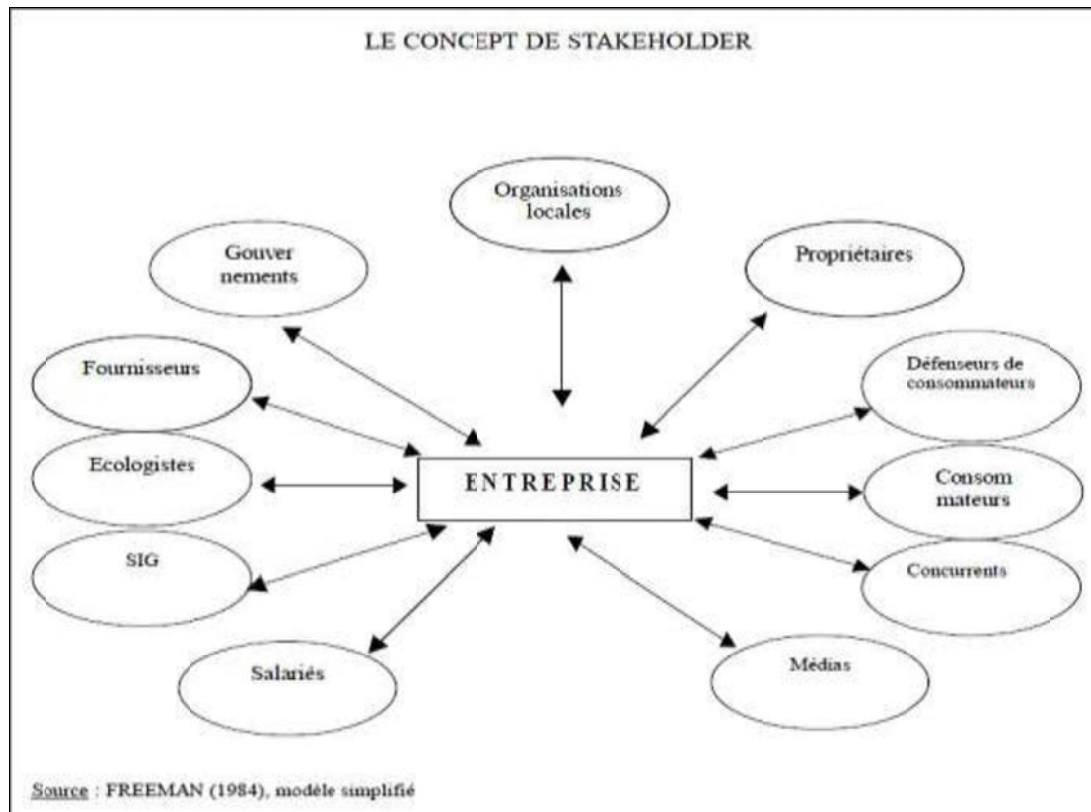


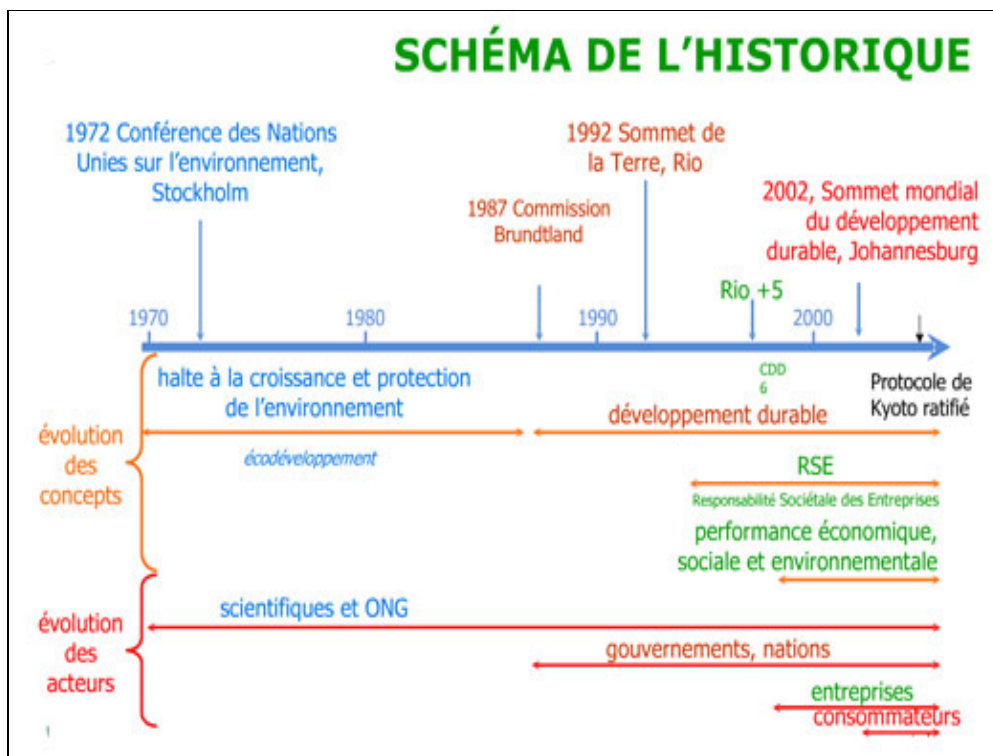
Figure 2 : parties prenantes

Les actions de l'entreprise doivent ainsi traduire une forme d'engagement de celle-ci envers ses parties prenantes et cela au-delà de ses obligations purement légales ou économiques. La performance n'est plus focalisée sur les seules attentes des actionnaires mais prend en compte désormais celles de toutes les parties prenantes et elle est mesurée par des indicateurs financiers et également des indicateurs extra financiers.

En résumé l'Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises (2003) (ORSE) analyse l'évolution du concept RSE sur quatre périodes.

Tableau 2 - Historique de la RSE

Périodes	Type d'approche	Principes fondamentaux
Années 1950/1960	Approche philosophique et normative de la RSE	Concept d'Ethique : Déterminer les responsabilités de l'entreprise à l'égard de la société
Années 1970	Approche pragmatique et managériale	Concept de Sensibilité sociétale de l'entreprise : Quels outils ou moyens pour détecter et gérer les problèmes relatifs à la RSE ?
Années 1980/1990	Synthèse des approches précédentes	Concept de Performance sociétale de l'entreprise : Quels sont les principes ou valeurs « éthiques » de l'entreprise ? Comment l'entreprise met-elle concrètement en application ses principes ? Quels sont les résultats concrets d'une telle approche ?
Années 2000	Approche pragmatique	Identifier les facteurs extra financiers qui permettent de contribuer au développement durable sans sacrifier la performance économique



Source : <http://rse-pro.com/rse-origine-498>

RESPONSABILITE SOCIALE DANS LE TOURISME - UN FACTEUR DE DEVELOPPEMENT

L'application des principes du développement durable dans le secteur de tourisme nécessite la mise en œuvre de la « production propre » et « sociale des entreprises Responsabilité ». Le concept de « production propre » implique la société de l'environnement évaluation, l'évaluation et l'optimisation du flux de matière, l'amélioration de l'énergie l'efficacité, l'achat de " vert ", la gestion des déchets et le recyclage et suivi des indicateurs environnementaux.

L'introduction de méthodes de « responsabilité sociale » assure le développement du tourisme durable ainsi que la conjonction d'intégration avec une gestion plus efficace des ressources humaines et matérielles.

LES DIX FACTEURS CLES DU DEVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE TOURISTIQUE DURABLE

Il existe plusieurs facteurs clés qui doivent être pris en considération au moment d'aborder le développement présent du tourisme et son évolution future :

1. Le développement durable du tourisme : devrait être conçu comme un secteur qui peut jouer une fonction essentielle dans le progrès et la diversification de la structure économique et sociale du pays. Pour que la tâche soit positive à long terme, la planification et la gestion touristiques devront être réalisées avec la participation de tous les acteurs impliqués et conformément aux principes de durabilité économique, socioculturelle et environnementale. Face au défi du changement climatique, le secteur touristique a un rôle important à jouer pour atteindre une plus grande sensibilisation à l'égard des problèmes présents et la nécessité de s'adapter aussi bien aux conséquences qu'à mitiger ses propres impacts. Cela implique une transition vers une économie verte, dont l'objectif est la réduction progressive des émissions de carbone.

Le tourisme doit s'intégrer dans les stratégies d'économie verte : la création d'emplois verts, l'innovation et l'usage de la technologie dans les programmes en faveur de l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, l'investissement en infrastructure verte. Moyennant les programmes de responsabilité sociale corporative, les entreprises touristiques peuvent incorporer les critères de durabilité dans ses politiques de gestion.

2. La coopération :

– dans le secteur public, entre les administrations nationales de tourisme et les autres institutions qui interviennent dans des domaines cruciaux pour le tourisme, tels l'économie, la culture, le transport, l'immigration, la sécurité, la formation, la recherche ou les infrastructures;

– entre les secteurs publics et privés ;

– entre les acteurs du secteur privé, en promouvant la concurrence coopérative et le caractère associatif.

– entre les parties intéressées à l'échelle nationale, régionale et locale ;

– dans le domaine sous-régional et à l'échelle internationale avec des organisations telles que l'OMT, l'Union européenne et d'autres institutions qui peuvent jouer un rôle crucial dans le domaine du développement du tourisme.

3. Le cadre institutionnel et juridique : encourager la création d'un environnement propice, stable, effectif, flexible et flexible pour l'investissement, les affaires et la circulation des personnes à travers l'amélioration et la flexibilité des contrôles frontaliers, la mise en œuvre de politiques de libéralisation du transport, la protection au consommateur, la définition de politiques fiscales transparentes, l'application de systèmes de soutien aux micros, petites et moyennes entreprises qui sont la grande base entrepreneuriale du tourisme.

4. Les infrastructures : encourager la création d'infrastructures et améliorer celles qui existent déjà dans les domaines du transport (vers les destinations étrangères et nationales), des systèmes d'informations publics-privés, de l'hébergement et des installations clés pour le développement de produits comme le tourisme culturel, de nature, de réunions et de congrès, sportif, de santé, tourisme rural, croisières, ou le tourisme communautaire

5. L'amélioration de la gestion du tourisme : encourager les processus de décentralisation et améliorer la gestion locale du tourisme sur toutes ses composantes : aménagement du territoire et de l'urbanisme, création de systèmes d'information municipale et régionale capable d'ordonner et rendre visible les produits et les ressources touristiques, bien-être social, qualité de l'entourage, entre d'autres.

6. La diversification des destinations et le développement de produits : les destinations possèdent des caractéristiques uniques pour le développement d'une vaste gamme de produits pouvant compléter le tourisme déjà traditionnel de soleil et de sable. "Produits autour du tourisme de santé, de plaisance, de nature, de réunions et de conférences, de croisières, urbain ou culturel. La croissante concurrence entre les destinations oblige à explorer de nouvelles niches de marché pouvant répondre aux préférences et aux exigences du consommateur actuel. C'est ainsi que l'on peut attirer de nouveaux segments qui contribuent, d'une part, à changer le caractère saisonnier de la demande et, d'autre part, à augmenter la qualité de l'offre touristique.

7. Une meilleure commercialisation et promotion : la planification, les études de marché, la création d'une image de marque, la segmentation, l'évaluation des activités de promotion et notamment une plus forte intégration des technologies de l'information dans les activités de promotion et commercialisation – en tirant un plus grand profit des possibilités qu'offre le Web 2.0 – sont des facteurs clés pour favoriser la compétitivité touristique. La promotion et la commercialisation conjointe peuvent également constituer une valeur ajoutée. Ainsi donc, il faudrait chercher l'élargissement des marchés émetteurs et des segments, ce qui englobe : le marché interne, le marché régional avoisinant ; les marchés de moyenne ou longue distance et les communautés spécifiques, comme les nationaux résidents à l'étranger.

8. La formation et le perfectionnement des ressources humaines : la compétitivité chaque fois plus forte des marchés exige que l'on consacre une attention très spéciale aux ressources humaines en tant que point prioritaire. Il est de plus en plus nécessaire d'une collaboration étroite entre les entreprises, majoritairement des PME, et les destinations pour répondre aux attentes du visiteur, en augmentant au maximum sa satisfaction et essayer de le fidéliser. Aussi bien les postes qui existent de même que les nombreux postes qui seront créés dans les prochaines années réclament des niveaux de connaissances et de compétences accrues (langues, nouvelles technologies, profil et besoins du visiteur, etc.). Les exigences changeantes des différents segments touristiques débouchent sur la nécessité de créer nouveaux métiers tels les concepteurs de produits touristiques. Par ailleurs, la formation en tourisme requiert adapter en permanence les programmes éducatifs en vigueur, à tous les

différents niveaux, aux exigences du marché de travail. Celles-ci doivent être issues de projets de recherche réalisés conjointement entre les administrations avec des compétences en tourisme, les entreprises et les destinations. Il faut réaliser les plus grands efforts dans l'incitation de la formation universitaire en tourisme, notamment des programmes spécialisés de troisième cycle pour faciliter la consolidation de cadres dirigeants d'un niveau élevé pour les entreprises et les destinations.

9. L'évaluation et la gestion de risques : la quantité et la diversité des risques qui peuvent entraver l'activité touristique ont augmenté considérablement dans les dernières années, ce qui a provoqué une nécessité croissante d'adopter des mesures de prévention et de préparation face à d'éventuels désastres, y compris une stratégie de communication efficace. À cet effet il faudra s'intéresser davantage sur les informations disponibles et les pratiques que nous montrent les expériences réussies, la nécessité de stimuler la solidarité et la coopération internationale, le besoin d'approches qui permettent la mobilisation coordonnée des institutions concernées et autres parties affectées à l'intérieur et à l'extérieur du secteur touristique, l'exigence d'un compromis politique ferme avec le tourisme et de la reconnaissance de sa contribution économique et sociale, et le besoin de prêter un soutien aux pays moins développés pour qu'ils renforcent leurs mécanismes de préparation et leur capacité de réaction face à d'éventuelles crises.

10. La recherche, la connaissance et l'information sur le secteur : sont éléments clés pour améliorer la planification et la gestion du développement touristique des destinations et des entreprises. Lesdits éléments peuvent se concrétiser moyennant l'application du Compte Satellite du Tourisme, l'encouragement de la recherche appliquée, la création de systèmes d'information touristique se basant sur des méthodologies partagées entre les destinations méditerranéennes

LES AVANTAGES DE LA PRATIQUE DE LA RSE ET DE DEVELOPPEMENT DURABLE POUR L'ENTREPRISE TOURISTIQUE

Il existe de nombreux avantages découlant de la mise en œuvre d'un programme qui est basé sur les principes de la responsabilité sociale et de développement durable pour les unités touristiques, tels que :

1. L'augmentation de la performance opérationnelle par :
 - l'accent mis sur de nouveaux segments de marché, de nouveaux groupes ciblés de clients
 - L'utilisation accrue des ressources dans la zone où est située l'unité
 - la mise en œuvre de solutions innovantes dans la gestion de l'unité touristique
2. La réduction des coûts d'exploitation grâce à :
 - l'optimisation des processus d'exploitation et de flux de matières
 - l'amélioration de l'efficacité énergétique et la réduction de la consommation
 - l'amélioration de la gestion des déchets et des produits chimiques
3. L'amélioration de l'image publique et la sensibilisation accrue grâce à :
 - l'amélioration du processus de communication avec les parties prenantes (autorités, voisins, partenaires)
 - l'augmentation de la satisfaction de la clientèle
 - La promotion à travers les médias de masse
4. L'augmentation de la formation du personnel et la satisfaction des employés
 - l'augmentation de la compétence du personnel

- l'augmentation de la satisfaction par plus accès à la formation et à l'amélioration de la communication interne
5. La réduction de l'impact environnemental à travers:
- la réduction de la pollution
 - la réduction de l'énergie, de l'eau et de matières premières à partir de ressources primaires
 - la réduction de la quantité de déchets produite.

CONCLUSION

En conclusion, l'entreprise a une responsabilité sociale considérable. Elle travaille avec des hommes et des femmes dont elle gère : les compétences, la formation, les conditions de travail et de vie dans l'entreprise, l'hygiène et la sécurité dans l'entreprise, la rémunération et l'employabilité

Les objectifs de profits poussent de nombreuses entreprises à bafouer leurs obligations sociales et sociétales. Des entreprises "irresponsable" n'hésitent pas à exploiter leur personnel, à mettre leur santé ou leur vie en danger, afin d'augmenter leur chiffre d'affaires ou leur rentabilité pour leurs actionnaires. D'autres entreprises au contraire vont s'inscrire dans une démarche de développement durable, et vont adopter une politique sociale attractive pour les salariés. Cette initiative a pour objectif d'assurer un partenariat gagnant-gagnant entre l'employeur et son personnel, afin d'aboutir à la satisfaction des salariés, et à une meilleure productivité et compétitivité pour l'entreprise. Ces entreprises vont entreprendre une démarche de Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), qui recherche, au-delà de la performance financière, une performance sociale et environnementale. Dans ce cadre, des bonnes pratiques sont attendues également de la part de toutes les parties prenantes de l'entreprise citoyenne. Les actions que peuvent mettre en œuvre les entreprises en terme de politique sociale sont vastes :

- promouvoir la gouvernance, la citoyenneté, adopter un comportement éthique avec les parties prenantes et les encourager dans ce sens
- instaurer des rapports positifs entre les personnes
- encourager la créativité, la capacité d'initiative des salariés
- développer des compétences aussi bien individuelles que collectives
- fournir des possibilités et un potentiel de réemploi au salarié
- respecter des valeurs, inscrire l'éthique dans la politique de l'entreprise
- rechercher la satisfaction des clients et des salariés
- sécuriser les conditions de travail et protéger la santé des salariés
- être solidaire avec des salariés en difficulté
- Intégration de la préoccupation environnementale dans la stratégie de l'entreprise
- Mise en œuvre d'un système de management environnemental
- Gérer et anticiper les contraintes réglementaires en matière d'environnement
- Renforcer la confiance de ses parties prenantes (clients, fournisseurs, actionnaires, investisseurs, riverains, associations de protection de l'environnement, assureurs...)
- Fédérer ses collaborateurs autour d'un projet valorisant
- Pérenniser et améliorer sa compétitivité
- Améliorer son image et faire du SME un vecteur de communication
- Implication dans un système de Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE)
- Une surveillance accrue des principes de sécurité (gestion des risques)

- Mise en place d'actions ponctuelles
- Adoption de l'éco-conception (fabrication des produits écologiques et responsables réalisés dans de bonnes conditions d'hygiène et de sécurité)

Les entreprises qui instaurent une démarche de RSE vont mettre en œuvre des mesures sociales, et conjointement, vont chercher à réduire l'impact environnemental de leur activité.

Il est donc grand temps que la responsabilité ne soit plus perçue comme une contrainte par l'entreprise mais comme une exigence morale et partagée susceptible de dessiner les contours de son nouveau modèle de développement.

Liste des acronymes

CMED	La Commission Mondiale pour l'Environnement et le Développement
CNUEH	La Conférence des Nations Unies sur le développement humain
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONU	Organisation des Nations Unies
PNUE	Programme des Nations Unies pour l'environnement
RSE	Responsabilité Sociale de l'Entreprise

Bibliographie

Beteille Roger (1996). *Le tourisme vert. Que sais-je?* Paris: presse universitaire de France, 127p.

Capron, M. et F. Quairel-Lanoizelée (2004), *Mythes et réalités de l'entreprise responsable, acteurs-enjeux-stratégie, Alternatives économiques*, Éditions la Découverte, Paris.

Capron, M. et F. Quairel-Lanoizelée (2007). *La responsabilité sociale d'entreprise*, Coll. Repère, Éditions la Découverte, Paris.

Commission Européenne (2001). *EU CSR Green Paper : Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, COM (2001) 366 final, Brussels.

Friedman, (1970), «The Social Responsibility of Business is to Increase its Profit», *New York Times Magazine*, 13 September.

Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, Boston, Pitman/Ballinger.

G. Rouillet-Caire M. (2002). Le tourisme peut-il être un élément de développement durable du Sud *Groupe Action sociale et développement durable*, Jarnac, 22 juin 2005

OCDE (2000). *Les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales: révision 200*. Paris: les éditions de l'OCDE, 73 p.

OCDE (2006). « Mesurer le développement durable ». *Cahiers statistiques*, mars 2006, no 10, 8 p. En ligne, www.oecd.org/statistics, consulté le 23 septembre 2006.

OIT (2001). *Déclaration de principes tripartite sur les entreprises multinationales et la politique sociale*. Genève, Bureau international du Travail; troisième édition 2001, 32p.

ONU (2002). Rapport du Sommet mondial pour le développement durable Johannesburg (Afrique du Sud), 26 août-4 septembre. New York: Publication des Nations Unies, 192p.

Sharpley Richard et David J. Telfer (editors) (2002). *Tourism and development: concepts and issues*, Clevedon, England: Aspects of Tourism series Channel View publications. 408 p

Rapports

Commission des communautés européennes. *Livre vert : Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, Bruxelles, 18 juillet 2001.

Rapport final du Sommet de la Terre de Johannesburg, 2002.

Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie : Le tourisme durable à l'étranger ou la possibilité d'un autre voyage ; cahier de recherche N°269

Site

<http://www.tourismesolidaire.org/tourisme-equitable-et-solidaire/definitions/tourisme-durable/le-tourisme-durable.html>

<http://www.gitpa.org/web/GITPA300-14TOURISMECHRONO.pdf>

http://europa.eu/legislation_summaries : Extrait de la synthèse sur le Livre vert de la Commission Européenne, disponible sur le site officiel Europa [en ligne]

<http://ethics.unwto.org/en/content/responsible-tourist>

<http://www.bits-int.org/>

<http://www.hlm.coop/spip.php?article972>

<http://www.vedura.fr/economie/entreprise/developpement-durable-social>

www.tourismesolidaire.org

www.ecotourism.org

www.tourisme-responsable.org

Quelques publications de l'OMT sur le tourisme durable:

Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry (1997).

Le tourisme rural: une solution pour l'emploi, le développement local et l'environnement (1997).

Développement d'un tourisme durable : guide à l'intention des planificateurs locaux (1998).

Développement durable du tourisme: bibliographie annotée (1999)

Code Mondial d'Ethique du Tourisme (2000)

Développement durable du tourisme : Une compilation des bonnes pratiques (2000)
Le tourisme dans les pays les moins avancés (2001)
Le tourisme et la réduction de la pauvreté (2002)
La valorisation de l'apport économique du tourisme pour les communautés locales
et la réduction de la pauvreté (2002)
Le tourisme durable dans les zones protégées (2002)
Initiatives volontaires en faveur du tourisme durable (2002)
Le tourisme : catalyseur de développement durable (2002)
Le développement durable de l'écotourisme: une compilation des bonnes pratiques des
des PME(2003), etc.