

L'AUGMENTATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES DE TOURISME DANS LE CONTEXTE DE LA CRISE ECONOMIQUE MONDIALE

Nicula Virgil

Faculté de Sciences Economiques

L'Université "Lucian Blaga" Sibiu, Romania

Corporate Social Responsibility has become a key concept in modern corporate culture. This paper presents the results of an exclusive consumer survey on the willingness to pay for CSR, as well as best practices from other industries and precise suggestions for the implementation and monitoring of CSR in the travel industry. The concept of CSR was introduced in Germany in the mid-1990s. Since then, the idea has prolifically developed in all directions and enjoyed a rapid rise in popularity. Measures to improve the situation at the holiday destination were also strongly supported. As regards the services on offer, guests turned their attention mainly to security in hotels, information for guests about travel safety as well as monitoring the security situation in the country of travel.

Mots clé: responsabilité sociale des entreprises, responsabilité sociale du secteur touristique, la crise économique

JEL Classification: L83, M14, L21

1. Introduction

La responsabilité sociale des entreprises, a maintenant atteint le tourisme. La responsabilité sociale des entreprises est devenu le concept-clé d'une nouvelle culture de l'entreprise. La responsabilité sociale des entreprises, tel est le plus petit consensus commun pour le terme anglophone complexe que les économistes ont forgé aux Etats- Unis il y a plus de 50 ans pour décrire les concepts du comportement responsable des chefs d'entreprise. Mais ce n'est que dans les années 90 que le terme RSE a également été introduit en Allemagne. Depuis, „il prolifère dans toutes les directions" (comme l'a publié l'hebdomadaire allemand Die Zeit) et a rapidement fait carrière. Il y a deux ans encore, une recherche sur Google ne livrait «que» 1,3 million résultats pour «Corporate Social Responsibility», actuellement il y en a 20,5 millions.

Dans son livre vert de 2001, la Commission Européenne donne la définition suivante: „La RSE est l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités et leurs relations avec leurs parties prenantes (stakeholder)". La Commission Européenne souligne non seulement la nature volontaire mais aussi la focalisation sur les activités principales d'une entreprise. De plus, c'est un consensus, à quelques détails près, que la RSE ne doit ni remplacer les dispositions légales et les conventions collectives de travail, ni libérer l'entreprise de son obligation de respecter les normes internationales, comme les Droits de l'homme ou les normes de travail de l'Organisation Internationale du Travail.

2. La responsabilité sociale des entreprises et la crise mondiale

La vague RSE a été mise en branle et a entraîné la création de réseaux d'entreprises, comme ecosense et le Forum du développement durable de l'économie allemande. L'Association fédérale des organisations patronales allemandes et l'Union fédérale de l'industrie allemande ont fondé le portail Internet csr-germany.com. Les rankings et les classements mesurent l'engagement des entreprises en matière de RSE. Mais ce ne sont pas seulement les entreprises qui participaient aux débats concernant la RSE, mais aussi les acteurs de l'Etat, des syndicats, de la science et de la

société. Le ministère fédéral du Travail a par exemple constitué récemment un forum avec 40 représentants des groupes socialement importants, dans l'objectif de conseiller le gouvernement fédéral pour toutes questions concernant le développement d'une stratégie RSE nationale. Par ailleurs, des organismes s'engagent dans le réseau CorA (Corporate Accountability) pour qu'il y ait des régularisations étatiques obligatoires.

De nombreuses entreprises ont un chargé RSE et publient des rapports de durabilité ou relatifs à la RSE. L'éventail de l'engagement va du sponsoring d'événements culturels et sportifs jusqu'aux projets pour les enfants de la rue en passant par la plantation d'arbres pour la protection du climat, par les dons et les galas de bienfaisance. Les critiques considèrent que de telles activités reflètent certes l'engagement en matière de citoyenneté d'entreprise (corporate citizenship) mais ne touchent souvent pas les activités principales. Si l'engagement RSE devait être plus qu'un simple instrument de marketing astucieux et ne pas seulement servir à améliorer l'image et la réputation d'une entreprise, alors une politique RSE crédible – selon le ministère fédéral allemand de l'Environnement, de la Protection de la nature et de la Sécurité des réacteurs – devrait englober les champs d'action suivants: „la protection de l'environnement au sein de l'entreprise, la prise en considération des intérêts des salariés, le respect de la protection de l'environnement et des conditions de travail conformes à la dignité humaine dans la chaîne de sous-traitance, une politique de produits intégrée et la protection des consommateurs". La RSE repose sur la combinaison de la compétence technologique et de la compétence sociale. Grâce à des véhicules attractifs qui consomment peu d'énergie, nous contribuons à la mobilité durable". Le dialogue avec les parties prenantes (stakeholder) fait également partie de la stratégie RSE. Outre des questions sur la définition et la stratégie, on se pose aujourd'hui des questions sur la responsabilité sociale des entreprises. Et certaines entreprises sont confrontées avec l'opinion publique parce qu'elles négligent leur responsabilité sociale (corruption, changements climatiques, travail des enfants). Les gouvernements, les médias et les organisations de citoyens font pression sur ces entreprises qui subissent des baisses douloureuses de leur chiffre d'affaires et la dégradation de leur réputation.

A cause de ces expériences et vu la crise financière actuelle qui a énormément troublé la confiance des citoyens portée aux entreprises et aux élites économiques, ce sont „outre des motifs philanthropiques et communicatifs, de plus en plus des questions stratégiques de la minimalisation des risques sociaux résultant des propres activités qui sont au premier plan" pour la gestion pratique RSE au sein des entreprises (étude des agences de conseil Pleon et IFOK). La RSE est logiquement aussi une gestion du risque, parce que celui qui pratique la prévention des risques doit développer une politique stratégique RSE, il doit construire un 'système de radar' pour repérer les futurs risques écologiques, sociaux et politiques.

Qu'en est-il maintenant de la responsabilité sociale du secteur touristique? Suite à la discussion sur les changements climatiques d'un côté et le commerce équitable de l'autre, de plus en plus d'entreprises proposent des „voyages durables" et promettent d'agir „socialement" et „écologiquement" avec responsabilité. A qui les clients peuvent-ils faire vraiment crédit? Comment peuvent-ils reconnaître les offres véritablement durables? Comparé à d'autres secteurs, le thème RSE, telle est l'estimation de tous les experts, est à quelques détails près encore terra incognita dans le secteur du tourisme. Jusqu'à présent, les stratégies de la RSE sont plutôt exceptionnelles, les rapports RSE probants sont une denrée rare, et ce sont plutôt des actions ad hoc isolées qui sont vendues comme des bonnes actions, et des projets sociaux et écologiques comme des mesures RSE. Mais la RSE dans le tourisme devrait signifier que les activités principales des entreprises touristiques soient socialement et écologiquement responsables et qu'elles soient transparentes pour que l'on sache comment et à quelles conditions le produit „voyage", qui est un assemblage de nombreux éléments d'une chaîne de valeur complexe, est réalisé. Il ne s'agit pas seulement de savoir si une entreprise réalise des bénéfices, mais surtout à quelles conditions ces bénéfices ont été gagnés.

La RSE joue un rôle décisif dans le développement durable pour une stratégie d'entreprise axée sur le rendement qui tient compte des exigences écologiques et sociales. Cela signifie, qu'outre la motivation et la promotion du personnel ainsi que le dialogue continu avec les parties prenantes, qu'il faut utiliser en personne responsable les ressources naturelles et l'environnement de nos sites et des destinations touristiques, développer et améliorer sans cesse des systèmes de gestion écologique, intégrer la qualité écologique et la qualité du produit. Dans les grands groupes industriels, ce sont les départements du marketing qui rédigent les rapports de la RSE. Le grand désavantage est qu'il n'est pas possible de comparer les rapports relatifs à la durabilité et qu'il n'existe pas une autorité externe pour en contrôler les contenus.

Le Forum Anders Reisen et tous les membres de FAR se sont certes engagés à respecter le tourisme durable avec un catalogue détaillé de critères. Par conséquent, aucun voyageur n'est en mesure de respecter tous les critères dans la pratique. C'est surtout pour le „critère vol" qu'il y a toujours des écarts (par exemple, pas de vol de plus de 2 000 kilomètres pour un séjour de moins de 14 jours). Les conséquences: des conflits au sein de l'association, pression venant de l'extérieur, diminution de la crédibilité. Pour le Forum Anders Reisen, il n'y a qu'une seule solution pour sortir de ce dilemme: doit livrer la preuve du travail de durabilité par des critères mesurables et vérifiables. Tout d'abord, les entreprises membres relèvent elles-mêmes des données relatives à toute leur chaîne de prestations, ces données sont ensuite représentées et notées dans dix indicateurs principaux; ces indicateurs-clés sont par exemple les émissions de CO₂ par hôte/jour, le taux de la chaîne de valeur locale, l'index de satisfaction des coopérateurs ainsi que l'index de durabilité des hébergements et des agences partenaires. Un expert externe indépendant examine le rapport RSE qui contient un programme d'amélioration constitutive (mesures pour améliorer les performances de durabilité). Si le résultat est positif, le voyageur obtient le certificat de qualité „CRS certified tourism" décerné pour la responsabilité de l'entreprise. Les premiers certificats RSE seront décernés pendant l'ITB Berlin 2010 à 20 membres du Forum Anders Reisen. La certification externe n'est pas seulement un instrument de marketing et un gain pour l'image de l'entreprise, mais surtout une caractéristique positive pour se distinguer des autres organisateurs qui simulent leur durabilité.

Le Forum Anders Reisen a décidé que le rapport RSE sera obligatoire avant l'année prochaine pour tous les membres. Ensuite, il y aura assez de valeurs empiriques pour effectuer une analyse comparative RSE (benchmarking) ce qui permettra de comparer les entreprises avec les indicateurs Benchmark spécifiques au secteur. En ce qui concerne la responsabilité sociale dans le tourisme, les organisateurs de voyages déjà certifiés ont beaucoup d'avance sur les autres entreprises du secteur. Mais on ne peut actuellement pas prévoir si la preuve de la durabilité apportera l'avantage compétitif espéré et des avantages sur le marché.

Le rapport RSE standard pour les organisateurs de voyages est le premier standard de ce genre dans le tourisme. En ce qui concerne les structures et les indices, l'équipe de spécialistes a misé sur les standards des systèmes de gestion internationaux EMAS et ISO, en ce qui concerne les renditions de comptes RSE elle a misé sur la Global Reporting Initiative. Mais quelles sont les chances pour que les grandes entreprises acceptent ce procédé? La conseillère de la RSE met en évidence que le rapport RSE n'est pas seulement limité aux petites et moyennes entreprises. Les grands consortiums comme TUI, Thomas Cook et REWE Touristik pourraient eux aussi y être soumis, car ces voyageurs avec leurs grandes équipes qui ont déjà la certification EMAS ou une gestion de la qualité, possèdent pour cela les capacités en personnel et financières.

Naturellement, la RSE dans le tourisme a également une dimension internationale, par exemple dans la protection des enfants. Dans le monde entier, 800 entreprises touristiques (voyageurs, chaînes hôtelières, agences réceptives) ont jusqu'à présent signé le code de comportement visant à protéger les enfants de l'exploitation sexuelle dans le tourisme. Cependant, il est difficile de faire une évaluation régulière et sérieuse des rapports annuels des entreprises participantes. La protection des enfants soit intégrée comme critère dans les deux plus importants livres de normes

internationaux de la responsabilité sociale: dans les préceptes de l'OCDE pour les entreprises multinationales et dans le Pacte Mondial (Global Compact) des Nations Unies.

Et les consommateurs? On dit dans le secteur touristique que les vacanciers s'intéressent de plus en plus aux impacts de leurs voyages sur l'environnement et sur la société. Mais est-ce que c'est vrai? Quelle importance a la responsabilité sociale des organisateurs de voyages ainsi que l'écocompatibilité et la compatibilité sociale des offres touristiques pour les vacanciers?

L'application des standards sociaux et écologiques par les organisateurs de voyages, par les compagnies aériennes et par les hôtels est un critère de qualité important pour les consommateurs.

Les vacanciers considèrent qu'un maniement précautionneux de l'environnement, la sécurité à l'arrivée et pendant le séjour, ainsi que la préservation des Droits de l'homme dans la destination, sont très importants.

Les mesures pour améliorer la situation dans les destinations ont également été très préconisées. Les mesures de protection de la nature et les actions contre l'exploitation et la prostitution des enfants dans les destinations, mais aussi le respect des standards de sécurité pour les employés des hôtels sont particulièrement importantes pour la grande majorité des vacanciers. Dans le secteur des prestations proposées, les touristes accordent beaucoup d'importance à la sécurité dans les hôtels, à l'information des voyageurs sur la sécurité des voyages ainsi qu'au contrôle de la sécurité des destinations. Aucun consommateur ne va réserver un voyage en raison des aspects de la RSE. Cependant, les mesures dans le secteur de la RSE peuvent tout à fait aider à faire son choix parmi les différentes alternatives et à se décider pour ou contre une destination ou un organisateur de voyages.

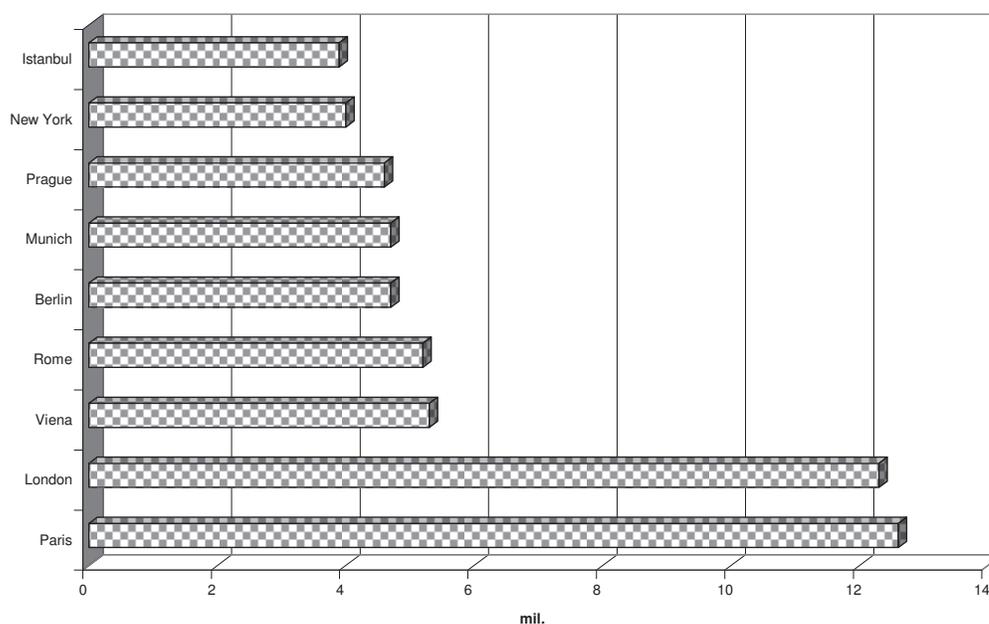


Figure 1. Les destinations favorites des européens (2009)

Source: IPK International, 2010

On parlera de la responsabilité sociale concernant les voyages d'affaires et d'agrément, elles sont devenues habituelles pour un bon nombre d'entre nous. Mais allons-nous encore avoir les moyens de nous payer des vacances demain?

Quels moyens de transport seront les plus touchés? Les touristes s'orienteront-ils ailleurs? Doit-on s'attendre à ce qu'ils renoncent à prendre l'avion? Où éviteront-ils seulement de faire des longs

trajets? Allons-nous bientôt connaître une nouvelle popularité du train et de l'autocar? Va-t-il y avoir une tendance vers l'automobile comme moyen de transport et des vacances dans des destinations proches? Les voyages en voiture vont-ils être l'ancienne/la nouvelle option de l'année 2010? Faut-il être pessimiste? Doit-on craindre que la mobilité sera sacrifiée et que la demande des produits touristiques s'effondre?

Telles sont les questions que se posent et des experts du secteur touristique discutent sur les conséquences qu'ont les prix volatiles du pétrole pour la mobilité.

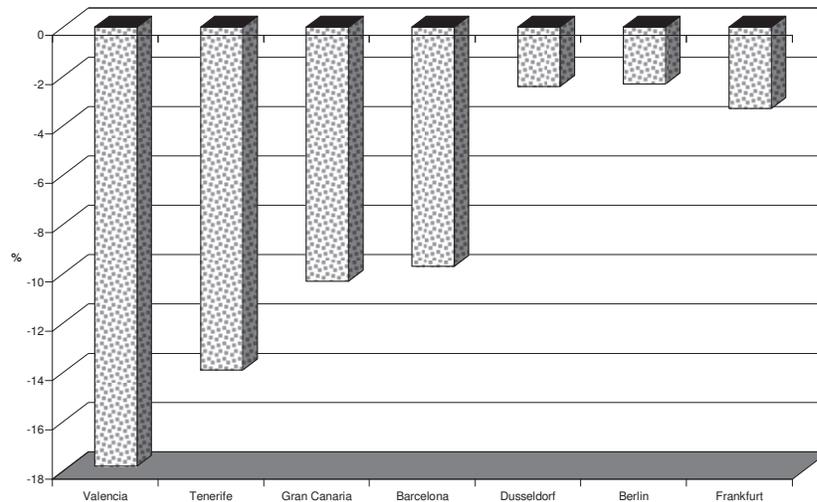


Figure 2. Quelques aéroports affectée par la crise mondiale
Source: IPK International, 2010

Actuellement, le monde traverse la plus grande récession depuis la seconde guerre mondiale et il ne veut pas risquer d'établir plus qu'une estimation prudente sur la fin possible de cette récession. Il est d'avis que les prévisions pour l'économie mondiale resteront sombres au moins jusqu'en 2010. 36 heures en septembre 2008 ont modifié le monde. Avec l'effondrement de l'Investment Bank Lehman Brothers, la raréfaction des crédits est devenue une crise financière mondiale. Cette situation est nouvelle pour tout le monde. Les modèles mis en place par les instituts financiers concernés ne garantissent cependant pas qu'ils seront rentables à moyen et à long terme. Il n'y a pas eu d'autres alternatives. Il a fallu agir tout de suite pour préserver la stabilité du système. Voilà la chronologie des faits comme suit: la crise financière a commencé avec la bulle de l'immobilier américaine; elle a éclaté et a entraîné l'industrie du bâtiment dans l'abîme. Puis la crise a englobé d'autres secteurs économiques, entre autres le secteur automobile et le secteur électronique. Entre-temps, les sous-traitants sont également touchés. Il n'y s'agit ici d'un phénomène passager et éphémère, au contraire nous sommes confrontés à un problème qui va durer. La récession va durer jusqu'en 2010. Le déficit de la demande mondiale est une conséquence de la crise du crédit. Là où la bulle du secteur immobilier a éclaté, cela va durer quelques années avant que les capacités actuellement excédentaires soient réduites. Il compte sur une période d'au moins trois ans pour les Etats-Unis. En Grande-Bretagne il faut compter plutôt sur cinq ans. Il faudra avoir encore plus de patience au Portugal et en Espagne à cause de la stagnation de la population.

Le Président américain Obama suivra une politique économique très keynésienne, et cependant l'économie américaine profitera de la nouvelle politique avec du retard. Le pays devra donc faire face on 2010 à une nouvelle année de récession catastrophique.

En Grande-Bretagne, les consommateurs ont tendance à être très prudents. C'est pour cette raison que le fisc ne devrait rembourser de l'argent que si cet argent est reversé dans le circuit

économique. En raison de la „situation keynésienne", c'est-à-dire vu le gros déficit de la demande, les Etats de l'Union européenne auraient dû prendre des mesures semblables. Ils peuvent le faire encore. L'économie japonaise représente un des grands problèmes. Le Japon traverse „une dépression". Comme le besoin des consommateurs japonais est saturé et qu'il n'est pas nécessaire d'améliorer l'infrastructure déjà très développée, il ne reste, comme moyen politique anticyclique, qu'à investir des deniers publics dans les pays en développement et les nouveaux pays industrialisés limitrophes pour que ceux-ci achètent des biens au Japon. Les jours de la globalisation et de l'économie de marché soient comptés.

Pour vraiment réactiver la globalisation, il faut rétablir la confiance et la paix entre les nations et les religions. Les consommateurs se doutent déjà de ce qui les attend dans la crise mondiale. Ils ont peur pour leur place de travail et leurs épargnes. Leur confiance dans l'économie est en train de faiblir. Jusqu'à présent, ce ne sont que les revenus supérieurs et moyens qui ressentent la tendance.

Dans de nombreux pays, le salaire n'est pas très élevé jouissent par contre de la protection de l'Etat. Dans certains cas, ils reçoivent même une aide disproportionnée du gouvernement. Ces personnes vont d'abord se demander, quand le chômage sera de plus en plus élevé, si elles peuvent vraiment se payer des vacances. Tandis que les Allemands sont prudents et mettent de côté environ dix pour cent de leur revenu, en Angleterre on aime bien vivre „à crédit".

Les dernières estimations pour 2010 renvoient à des taux de croissance réduits dans le secteur des voyages en avion. Certains marchés déclarent déjà qu'ils enregistrent des baisses dans ce secteur. L'année dernière certains vacanciers ont préféré prendre le train ou leur automobile au lieu de prendre l'avion ne signifie pas que nous avons à faire à un décalage modal. Il est plus probable que la tendance reflète seulement une baisse passagère des voyages. On doit garder d'interpréter les décalages temporaires comme tendances réelles. La même chose est valable pour le développement des différents segments touristiques. Les bons résultats obtenus pendant la saison hiver 2008/2009, suite aux excellentes conditions dues à la neige dans de nombreuses stations de ski européennes, ne sont pas une garantie que les affaires hivernales resteront robustes à long terme.

3. Conclusion

Le prix du pétrole aussi restera un facteur-clé pour la performance du secteur touristique en 2010. Les baisses radicales du prix du pétrole, depuis les valeurs de pointe de l'été 2008, ont tout d'abord permis aux compagnies aériennes à bas prix de mieux respirer. Tant que les prix n'augmenteront pas, ils seront ceux qui en profiteront – au moins à court terme. Les consommateurs vont sinon économiser en ne partant pas les week-ends et peut-être décider à long terme de ne pas prendre l'avion comme moyen de transport.

Il y a aussi trop de bureaucratie étatique et de protectionnisme national dans l'élargissement des réseaux ferroviaires. On ne peut donc pas supposer que les affaires avec les chemins de fer seront vraiment, à l'avenir, un facteur important. Dans la concurrence des compagnies aériennes, ce sera plutôt l'automobile qui gagnera face à l'avion. Surtout si de nouveaux règlements, comme l'acquisition obligatoire des certificats d'émission, entravent la croissance du trafic aérien.

En général, les Européens préféreront à court et à moyen terme réserver des voyages bon marché vers des destinations proches. A la fin de 2010, peut-être que le camping sera de nouveau populaire, ou les appartements de vacances et les auberges de jeunesse. Et pourquoi pas les voyages à bicyclette? Cette récession sera draconienne, elle va durer au moins jusqu'à la fin de l'année 2010.

Bibliographie

1. Beirman D., (2009), Tourism and the Global Economic Crisis of 2008, *Harvard Business Review*

2. Quelch A. J., Jocz Katherine, (2009), How to Market in a Downturn, *Harvard Business Review*
3. Dufourcq Elisabeth , Besse Geneviève, (2004), *Rapport sur la responsabilité sociale des entreprises*, Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques, France
4. www.ipkinternational.com