

Tourisme responsable

# INTÉGRER LA RSE DANS L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

## Avis d'experts

**Florent Dauxais**,  
expert-comptable, cabinet  
Accior, Les Sables d'Olonne (85)  
**Charles Hoffmann**,  
responsable RSE, cabinet Accior,  
Les Sables d'Olonne (85)



L'été 2023 a été le plus chaud jamais enregistré, selon l'observatoire météorologique mondial Copernicus. En France, c'est le quatrième été le plus chaud depuis 1900 avec une température moyenne supérieure à la normale de 1,4 °C. Les vagues de chaleur ont persisté après l'été, rendant le mois de septembre le plus chaud en France depuis 1900. Ces chiffres vont dans le sens des experts du GIEC (Groupement intergouvernemental d'experts sur l'évolution du climat) qui prévoient une hausse des températures et un allongement des périodes de chaleur dans les décennies à venir.

Bien que le tourisme permette la création de richesse et d'emploi (4,1 % du PIB et 7,3 % de l'emploi en France en 2019 selon l'Insee), la découverte de territoires, de patrimoines et de cultures, il entraîne également des déséquilibres sociaux et environnementaux. Aussi, les Français, pour lesquels les conséquences du dérèglement climatique deviennent palpables, commencent à modifier leurs pratiques touristiques. On ne choisit plus sa destination ni ses activités de la même manière quand il fait plus chaud. D'autant que le tourisme peut également participer à la pollution et à l'érosion de la biodiversité.

Le tourisme fait parallèlement face à des enjeux sociaux comme les tensions sur le marché de l'emploi causées par de multiples facteurs: conditions de travail, salaires et difficulté d'accès



au logement saisonnier. Or, les Français deviennent de plus en plus sensibles aux sujets environnementaux et sociaux, même lorsqu'ils voyagent. En effet, d'après une étude Kantar pour L'ADN menée en septembre 2021, deux tiers des Français (64 %) se sentent déjà concernés par la notion de tourisme durable, avec une part de « très » concernés encore limitée (19 %). La sensibilité au sujet est toutefois bien plus importante chez les plus jeunes (18-24 ans): 36 % sont très concernés. De plus, lorsqu'ils organisent leurs vacances en longs ou courts séjours, environ deux Français sur trois déclarent prendre en compte des critères de tourisme durable. Tandis que les différentes crises s'accroissent et que les comportements des consommateurs évoluent, l'étau se resserre pour les acteurs du secteur. La réglementation européenne de plus en plus contraignante et l'attente croissante de l'opinion publique les

poussent aujourd'hui à se transformer. La RSE (responsabilité sociétale des entreprises) est au cœur de ces enjeux et pourrait être un levier stratégique pour les entreprises du secteur touristique.

### RSE, le rappel

La RSE est définie par la Commission européenne comme l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. Autrement dit, c'est le développement durable appliqué au monde de l'entreprise. Cette démarche volontaire permet de mieux gérer ses risques et opportunités en répondant aux attentes de son écosystème.

Lorsque l'on parle de RSE, la plupart des personnes pensent immédiatement au tri des déchets, à la pollution et éventuellement à la qualité de vie au travail. En réalité, la règle, dont le cadre

a été fixé par la norme internationale ISO 26000, couvre un champ plus vaste de sujets au travers de sept thèmes (les questions centrales: la gouvernance, les droits de l'homme, les relations et conditions de travail, l'environnement, la loyauté des pratiques et les communautés et développement local) et une trentaine de sous-thèmes (les domaines d'action). Le thème de la gouvernance y est central car c'est elle qui définit les moyens et la portée des actions.

### Anticiper les changements, la stratégie européenne de durabilité

En France, certains thèmes comme les conditions de travail et les droits de l'homme sont d'ores et déjà couverts par la loi. Ces sujets y sont donc souvent un enjeu de conformité. Il convient de préciser que cette démarche comporte de grands principes à respecter comme la redevabilité, la transparence,

le comportement éthique, le respect de la loi et des droits de l'homme, etc.

Parmi les grands changements en cours et à venir, la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) est incontournable. Cette nouvelle directive européenne va permettre une meilleure comparabilité des impacts extra-financiers des entreprises au travers de données et d'indicateurs environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) communs, ainsi que d'une structure de rapport standardisée.

La CSRD questionne à la fois l'impact des activités internes à l'entreprise mais aussi l'impact de sa chaîne de valeur, amont et aval, fournisseurs et clients. Cette directive va ainsi entraîner les TPE/PME présentes dans les chaînes de valeur des entreprises concernées à collecter et fournir des données extra-financières même si elles n'y sont pas elles-mêmes soumises. Il se pourrait qu'à partir de 2024, un fournisseur d'alimentation et boisson, de service numérique, de mobil-homes vous demande de lui transmettre des informations concernant vos pratiques, comme la consommation énergétique des bâtiments ou le mix énergétique utilisé.

D'abord réservée aux grandes entreprises européennes, elle va progressivement s'étendre aux PME, cotées ou non sur un marché européen (voir [tableau](#)).

Petit à petit, les entreprises concernées par la CSRD vont développer une exigence en matière de durabilité des activités des TPE/PME clientes et fournisseurs dans le but de renforcer la crédibilité de leur démarche vis-à-vis des parties prenantes (clients, pouvoirs publics, collaborateurs, investisseurs, etc.). Il s'agit donc pour les campings indépendants et les petits groupes de suivre la marche enclenchée par la Commission européenne pour ne pas

manquer le train de la durabilité que les grands groupes de l'hôtellerie de plein air vont être poussés à prendre. Ne pas intégrer ce sujet devient un véritable risque pour la pérennité des entreprises.

## La stratégie touristique nationale

Face aux enjeux de durabilité, le gouvernement français donne le La en la matière. Le plan Destination France – Le Plan de reconquête et de transformation du tourisme – a pour ambition de faire de l'Hexagone la première destination touristique mondiale durable d'ici 2030, avec un plan en quatre piliers: la conquête et reconquête des talents, le renforcement de la résilience du secteur et sa montée en qualité, l'engagement de la transformation durable du secteur ainsi que la préservation et mise en valeur du patrimoine sur l'ensemble du territoire.

Depuis 2022, Atout France prend davantage en compte les enjeux de durabilité dans les hôtels, conformément à la mesure 14 du plan de reconquête et de transformation du tourisme visant à moderniser et verdir le classement des hébergements touristiques. On trouve ainsi dans la dernière version du référentiel de classement des hôtels un plus grand nombre de points accordés aux enjeux d'accessibilité, d'économie et de gestion de l'énergie et de l'eau, de gestion des déchets et de gestion durable de l'établissement. Il est donc fort probable qu'Atout France revoit le classement des autres catégories d'hébergement touristique.

## Attirer une nouvelle clientèle

Adopter une stratégie RSE, c'est se positionner en acteur d'un tourisme durable et proposer des produits et services plus responsables et engendrant de nombreux bénéfices. Une telle démarche durable permet de gagner en

visibilité en apparaissant sur de nouveaux guides de voyage promouvant l'aspect durable: *Les Écovoyageurs*, les guides Tao, ou Accueil Vélo. Elle ouvre également des opportunités d'utiliser de nouveaux mots-clés sur les moteurs de recherche et de se démarquer. L'enquête de 2023 d'Atout France sur la sensibilité des clientèles touristiques au tourisme durable montre même que les clients en quête d'une démarche durable semblent être prêts pour la moitié d'entre eux à assumer des écarts de prix importants, surtout si cette démarche remplit d'autres critères: plaisir, confort, qualité, et qu'elle apporte des garanties sur ses engagements.

De surcroît, les touristes sont aujourd'hui en quête d'authenticité, de découverte d'un terroir, d'une culture locale. Une entreprise responsable doit favoriser et promouvoir le savoir-faire local. Ainsi, en plus de développer votre attractivité, vous contribuerez à la fois au développement du territoire, à la promotion d'une consommation responsable et à la réduction de votre empreinte environnementale.

## Réduire ses coûts

Une étude menée par France Stratégie en 2016 a montré le gain économique induit par une démarche écologique et sociale: un écart de performance de 13 % en faveur des entreprises ayant mis en place une démarche RSE. Une maîtrise des risques (perte de marché, dégradation de l'image, amendes, etc.) et des opportunités (réduction des consommations, facilité à attirer des clients, accès aux financements, etc.) permettent à une entreprise de gagner en performance et en compétitivité.

L'intégration de la RSE nécessite cependant de s'impliquer pour travailler sa stratégie, mais aussi des moyens financiers pour réaliser des travaux et acquérir des équipements plus performants (LED, détecteurs de mouvements, etc.). Elle requiert également de repenser les usages: retirer les minibars et les machines à café des hébergements individuels, par exemple, au profit d'une mutualisation dans les espaces communs. Repenser ses achats constitue aussi une piste pour réduire ses déchets et réduire les coûts liés à leur élimination.

## Améliorer sa marque employeur

Le nombre de jeunes actifs sur le marché de l'emploi est important, qui plus est dans le secteur de l'hôtellerie-restauration – une moyenne d'âge de 35,7 ans, dont une part de moins de 30 ans de 39,7 % – et des saisonniers (31 ans en moyenne). Le phénomène va s'accroître avec le départ à la

retraite des baby-boomers et l'arrivée sur le marché de la Génération Z. L'attractivité des moins de 30 ans devient un enjeu clé pour le secteur. Pour les attirer, la rémunération reste toujours un enjeu important, mais elle n'est plus l'unique critère. Selon l'étude Harris Interactive 2022, les moins de 30 ans sont près de 70 % se disant prêts à changer d'emploi pour un travail écologiquement utile. De plus, la démarche RSE et le respect des principes du développement durable sont un critère principal de choix pour 50 % des jeunes. En plus d'attirer, la RSE permet de retenir davantage ses talents. En effet, 79 % des salariés d'une entreprise engagée dans cette démarche se voient toujours y travailler dans les trois ans, contre 70 % pour les entreprises n'en ayant pas d'après le baromètre RSE 2022 du Medef. Ces enjeux, les grands groupes les ont bien intégrés. Accor a lancé le défi Young Talent Awards, avec Hospitality ON, visant à collaborer avec les étudiants des écoles sur le programme de durabilité du groupe et permettant aux étudiants de décrocher un poste dans une fonction RSE.

Dans un secteur en tension, les dirigeants de l'hôtellerie de plein air ont tout intérêt à intégrer ces enjeux RSE pour attirer et fidéliser les salariés. Être proactif sera un élément de différenciation lors du choix des candidats.

## Accéder aux subventions

Avec le Green Deal européen et sa transposition dans l'Hexagone, avec France 2030 et Destination France pour le secteur touristique, de nombreuses subventions sont proposées.

Le Fonds tourisme durable, géré par l'Ademe à hauteur de 50 millions d'euros, a pour ambition de transformer le tourisme et encourage les formes émergentes (slow et écotourisme). Il permet par exemple de réaliser des audits énergétiques, de former les salariés aux écogestes, d'entreprendre une démarche de certification à l'écolabel européen, installer des toilettes sèches ou se faire accompagner dans la réduction de ses déchets.

Tout pousse à croire que les enjeux RSE vont s'imposer progressivement à l'ensemble des entreprises. Celles n'effectuant pas leur transition courent un risque important et pourraient perdre une part de marché face à celles ayant intégré ces préoccupations. Rappelons le cas d'école de Kodak qui n'a pas su s'adapter à la révolution numérique et qui s'est écroulé malgré sa position de leader sur le marché de la photographie. Il faut ainsi voir la RSE comme un moyen de créer de nouvelles opportunités, d'innover et de fédérer des équipes autour d'un projet fort. ■

TYPE D'ENTREPRISES	EXERCICE DE RÉFÉRENCE	PREMIER REPORTING
Entreprises soumises à la NFRD - + 500 salariés - Bilan > 25 M€ ou CA > 50 M€	2024	2025
Entreprises européennes - + 250 salariés - Bilan > 25 M€ ou CA > 50 M€ + toute société non européenne ayant des activités en UE répondant aux critères	2025	2026
PME UE/Non-UE cotées sur un marché européen sauf microentreprises* * moins de 10 salariés; bilan > 350 K€ ou CA > 700 K€	2026	2027
Autres grandes entreprises non-européennes avec CA européen > 150 M€ et filiale ou succursale basée dans l'UE	2028	2029