



# GUIDE MÉTIER DU TRANSPORT TOURISTIQUE DURABLE



<b>AVANT-PROPOS</b>	<b>3</b>
<b>I. DEFIS ET OPPORTUNITES POUR LES PROFESSIONNELS DU TRANSPORT TOURISTIQUE</b>	<b>4</b>
1. Rôle du secteur du Transport touristique	5
2. Bénéfices de la durabilité pour le secteur	5
<b>II. AGIR POUR UN TOURISME DURABLE</b>	<b>6</b>
1. Zones d'intervention prioritaires	6
2. Etat des lieux	6
3. Présentation des check-listes	7
4. Identification des actions prioritaires	8
<b>III. LES CHECK-LISTES THEMATIQUES</b>	<b>9</b>
1. Impact sur la population locale	9
2. Protection de l'environnement	10
3. Sécurité, santé et bien-être	11
<b>IV. BONNES PRATIQUES DU SECTEUR</b>	<b>12</b>
<b>V. PLAN D' ACTIONS</b>	<b>14</b>
<b>VI. COMMUNIQUER SON ENGAGEMENT</b>	<b>15</b>
1. Construire un plan de communication	15
2. Evaluer les résultats de la communication	16
<b>VII. ALLER PLUS LOIN DANS LA DURABILITE</b>	<b>17</b>
1. Suivi de la performance	17
2. Développement d'un produit durable	18
3. Obtention d'une reconnaissance	18
<b>VIII. CONCLUSION</b>	<b>23</b>
<b>IX. REFERENCES</b>	<b>24</b>

Dans le cadre du projet d'accompagnement des professionnels du tourisme marocain, des bonnes pratiques ont été identifiées en matière de durabilité. Celles-ci sont illustrées par des check-listes thématiques permettant aux professionnels de se positionner en matière de développement durable (DD) et de planifier des actions selon leurs besoins et perspectives. L'ensemble de ces bonnes pratiques sont consolidées dans des *Guides métiers pour un Tourisme Durable* développés pour les secteurs suivant :

- *Distribution*
- *Transport touristique*
- *Hébergement, volet responsabilité sociétale*
- *Guidage touristique*

Ces supports, développés par SBA (*Sustainable Business Associates*) sous la direction de la DRDQ (*Direction de la Réglementation, du Développement et de la Qualité*), confirment la volonté de l'administration marocaine du tourisme à s'engager vers un développement durable en mettant à la disposition des professionnels une information adaptée à leur secteur d'activité ainsi que des pistes de réflexion.

### LE GUIDE METIER DU TRANSPORT TOURISTIQUE DURABLE

Ce *Guide* est un document de travail. Il est basé sur des adaptations et des extraits de plusieurs publications listées dans la section des références.

Il est nécessaire de signaler que son contenu concerne des suggestions préliminaires de bonnes pratiques à approuver dans le cadre d'une validation sur le terrain par les professionnels du secteur afin de mieux les cadrer avec les réalités du terrain.

Par ailleurs, les actions proposées dans les check-listes sont non exhaustives et demeurent des suggestions/idées pour inviter les professionnels à la réflexion et les inspirer. Il est hautement important pour les professionnels désireux d'utiliser ces check-listes de ne sélectionner que des actions simples pour débiter en l'absence d'une démarche de tourisme durable déjà existante.

Ainsi, le contexte, les réalités du terrain et les besoins spécifiques de chaque professionnel doivent être pris en considération lors de l'usage du *Guide*.

# I. DEFIS ET OPPORTUNITES POUR LES PROFESSIONNELS DU TRANSPORT TOURISTIQUE

Les professionnels et la nature de leur engagement pour le développement durable jouent un rôle prépondérant dans l'industrie du tourisme. Etant des intermédiaires et des fournisseurs de services pour les touristes, ils ont un rôle à tenir en matière de gestion des impacts environnementaux et sociétaux de leurs produits et activités. En effet, en plus de prix attractifs, les consommateurs s'attendent maintenant à des produits de qualité respectant des exigences issues de la durabilité.

De par leur rôle, les professionnels du tourisme peuvent influencer les choix des touristes. Ils peuvent également soutenir l'émergence d'un mode de consommation durable favorable à la protection des ressources environnementales et culturelles, dont l'industrie touristique dépend pour sa survie et sa croissance.

Par ailleurs, au-delà du renforcement de leur image de marque, l'intégration des principes du développement durable comme enjeux stratégiques et opérationnelles contribue à créer de meilleures relations avec les fournisseurs, le personnel et les communautés locales. Cela leur permet également de contribuer en tant qu'acteur à la mise en œuvre des axes de la Vision 2020.

L'anticipation dans ce domaine permet aux professionnels du tourisme d'encourager l'innovation afin d'être plus productifs et plus compétitifs dans un esprit de durabilité environnementale, sociétale et économique. Ceci fait des professionnels du tourisme des acteurs du développement local, agissant pour la préservation de l'environnement et le respect des principes sociétaux. Ils deviennent des associés de la durabilité limitant ainsi le risque de problèmes ou des conflits dans un marché de plus en plus concurrentiel. Le secteur du Transport, de par sa position et ses interactions avec les touristes, a un rôle important à tenir dans ce sens.

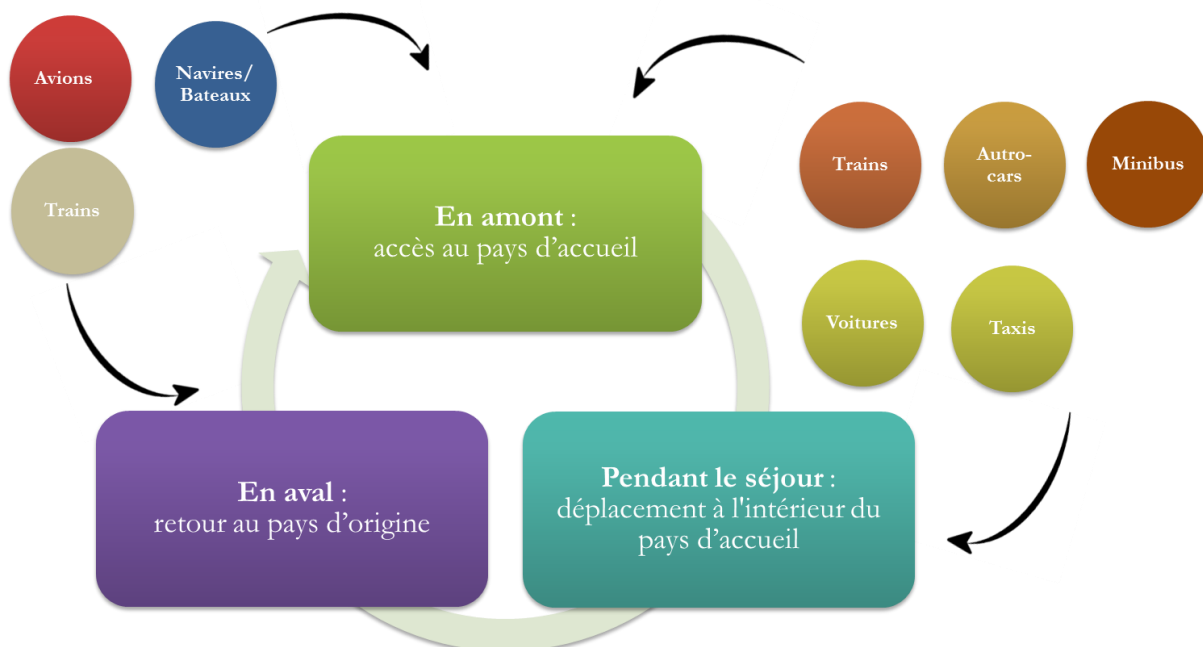


Figure 1 – Interactions du secteur du Transport avec les touristes

## 1. Rôle du secteur du Transport touristique

Le développement du tourisme est intimement lié à celui du transport. De ce fait, la croissance de la mobilité touristique a entraîné des flux de déplacements (*aériens, terrestres et/ou maritimes*) de plus en plus importants. Ces derniers s'accompagnent au sein des destinations touristiques par un accroissement et une saturation de la circulation, une augmentation de la pollution atmosphérique, une hausse des niveaux de bruit, une dégradation de l'environnement urbain, etc.

Dans ce contexte, le secteur du Transport a un rôle à jouer dans la durabilité du tourisme. Un transport durable est un maillon essentiel au développement durable. Pour ce faire, des actions doivent tenter d'améliorer l'efficacité énergétique du secteur et plus globalement sa gestion les aspects environnementaux et sociétaux de ses services.

Le secteur du Transport peut par conséquent agir sur les axes du développement durable comme suit :

<i>Axe</i>	<i>Description</i>
<b>Axe social</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Encourager et adopter une mobilité durable pour préserver la qualité de vie des populations de manière globale et plus précisément au sein des destinations</li></ul>
<b>Axe environnemental</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prendre en considération les impacts liés à la consommation de ressources non-renouvelables sur les environnements écologique et urbain des destinations ainsi que leur contribution au réchauffement climatique mondial</li></ul>
<b>Axe économique</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Participer à la rationalisation des coûts du transport et jouer la carte de l'intermodalité au sein de la destination</li><li>• Agir sur l'économie locale de la destination en fournissant des emplois à travers l'amélioration des offres de transfert, de circuits et de moyens de transport alternatifs</li></ul>

## 2. Bénéfices de la durabilité pour le secteur

L'adoption de bonnes pratiques durables en matière de transport pour le secteur du tourisme peut se traduire par les avantages suivants :

<i>Axe</i>	<i>Description</i>
<b>Aspects globaux</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Réduction des effets défavorables sur la santé, l'environnement et la sécurité</li><li>• Réduction de la pollution atmosphérique locale et amélioration de la qualité de l'air</li><li>• Minimisation des émissions de gaz à effet de serre (<i>GES</i>)</li></ul>
<b>Confort des usagers</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Partage équitable de l'espace entre les différents types d'usagers (<i>touristes et populations locales</i>)</li><li>• Cohérence entre la qualité du site visité et les conditions d'accès</li><li>• Réduction des encombrements et des accidents</li><li>• Diminution des nuisances sonores (<i>bruit</i>)</li></ul>
<b>Valorisation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Amélioration de l'image de marque auprès de la clientèle</li><li>• Soutien au développement de nouvelles activités économiques basées sur des déplacements moins polluants</li></ul>

### 1. Zones d'intervention prioritaires

Sur le plan pratique, l'intégration du développement durable (DD) dans les activités du Transport touristique consiste à considérer les aspects suivants :

<i>Domaine</i>	<i>Description</i>
<b>Impact sur la population locale</b>	L'activité touristique est une source importante de développement économique régional et national. En vue d'y intégrer une certaine équité sociale, le secteur du Transport devrait prendre en considération les aspects de son activité en limitant la pression sur le milieu d'accueil et sur les populations locales en termes de nuisances, de pollutions et d'accidents.
<b>Protection de l'environnement</b>	Les professionnels du secteur du Transport touristique qui utilisent les ressources locales ont une responsabilité professionnelle, allée à un intérêt commercial, à préserver l'environnement et à éviter/limiter la pollution (exemple : maîtriser les émissions des gaz à effet de serre, limitation des nuisances sonores, protection des dunes, etc.). Ce respect garantira le maintien de l'attrait touristique des destinations par la conservation des milieux naturels et la protection des sites historiques et culturels.
<b>Sécurité, santé et le bien-être</b>	Les pratiques en matière de sécurité et de bien-être sont des composantes importantes du transport touristique, de même que les effets sur la santé ( <i>pollution de l'air, nuisances sonores, etc.</i> ). Elles permettent de garantir aux touristes des conditions de transport adéquates tout en prenant en considération la population locale. Ceci peut également inclure le recours à des modes de déplacements alternatifs ( <i>à dos de chameau, d'âne ou de cheval, etc.</i> ) permettant de réduire localement la pollution de l'air et de préserver la qualité de la destination.

### 2. Etat des lieux

La première étape de l'action vers une démarche de durabilité consiste à dresser un bref état des lieux selon les zones d'intervention prioritaires décrites ci-dessus. Il s'agit d'avoir une vision globale des implications du développement durable au sein de l'entreprise de transport. Le but est de définir des priorités en matière de durabilité et de recueillir des informations sur les actions menées ou planifiées dans ce domaine.

Ce travail reposera sur l'observation, la collecte de données (*examen de quelques documents comme les rapports d'activités, les documents administratifs et comptables, etc.*) ainsi que des entretiens avec les responsables et les membres de l'entreprise de transport. Les informations collectées devront être documentées et consignées pour les évaluations annuelles. Il est à noter qu'une personne ressource de l'entreprise de transport devra être désignée pour se charger de l'exécution et le suivi de ce travail. Il est à noter que ce travail devra s'adapter à la taille de l'entreprise.

Pour initier l'état des lieux, quelques questions et étapes sont proposées ci-après :

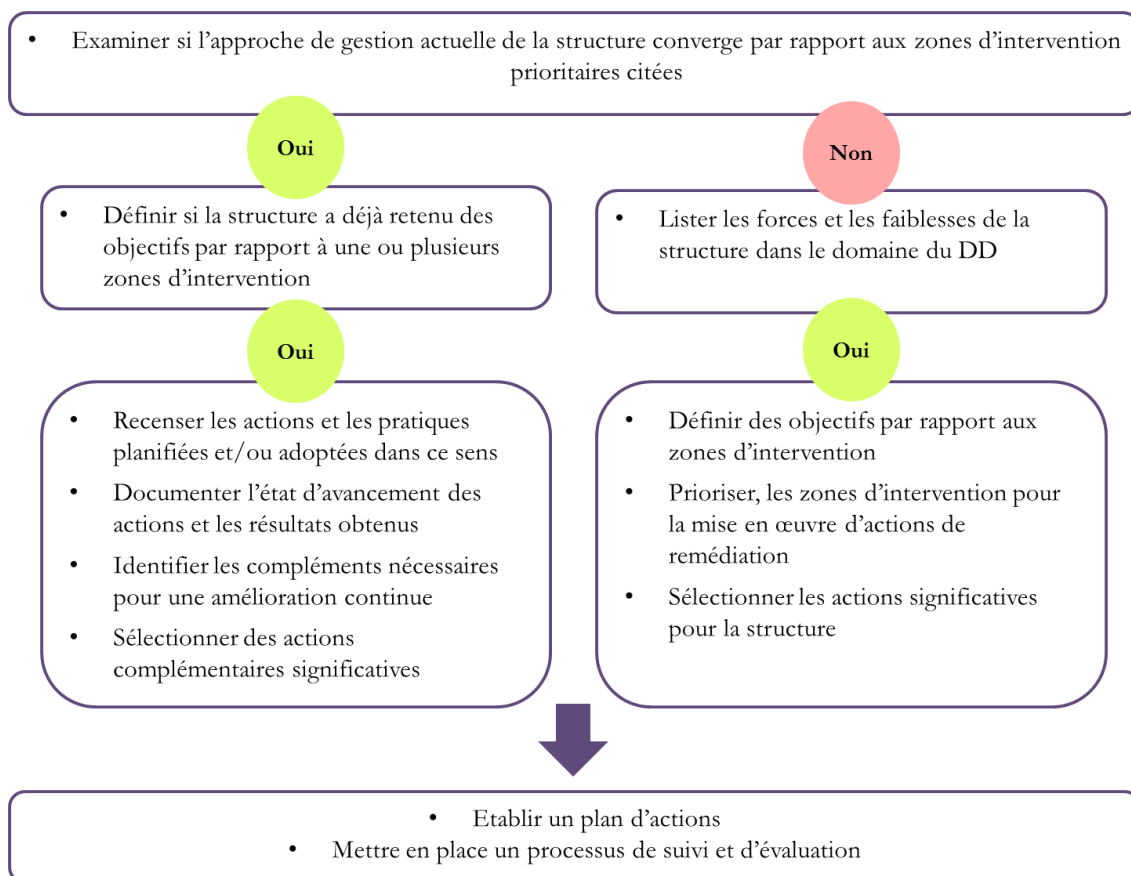


Figure 2 – Initiation de l'état des lieux

Durant la réflexion menée à travers l'état des lieux, l'entreprise de transport doit se fixer des objectifs réalistes et mesurables. Attention aux buts impossibles à atteindre ou trop vagues !

Selon les objectifs ciblés et les zones d'intervention retenues, l'entreprise utilisera, par la suite, les check-listes thématiques (*voir ci-après*) en vue de sélectionner les actions significatives à adopter.

Afin d'évaluer la progression de l'entreprise de transport en matière de développement durable, elle peut recourir à des indicateurs de suivi. Ces derniers sont des outils destinés à mesurer l'avancement des actions adoptées et à évaluer la qualité des résultats atteints.

### 3. Présentation des check-listes

Les check-listes thématiques (*réparties selon les zones d'intervention*) permettent d'identifier les aspects prioritaires et significatifs pour le professionnel. Le but est d'initier la réflexion sur des questions de durabilité pour le secteur du tourisme. Attention, les check-listes sont non exhaustives et présentent des actions à entreprendre (*mesures de remédiation possibles ou pistes de réflexion*) en vue de renforcer la durabilité de l'entreprise et de l'engager vers un tourisme durable. Une fois remplie, la check-liste peut être diffusée au sein de l'entreprise et servir pour la mise en place d'un plan d'actions.

## 4. Identification des actions prioritaires

Selon les zones d'intervention identifiées lors de l'état des lieux et les priorités établies, l'entreprise de transport sélectionnera des actions à mettre en place dans la check-liste correspondante. Cette dernière contient une liste de mesures à adopter. La check-liste est un support de documentation simple pour passer à l'action. Son contenu et les instructions d'utilisation sont décrits ci-dessous :

<i>Colonne</i>	<i>Instruction</i>
<b>Suggestions d'actions</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cocher la case correspondant de l'action à entreprendre</li> </ul>
<b>Priorité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fixer les priorités des actions sélectionnées selon l'urgence et l'importance des mesures proposées</li> <li>• Utiliser par exemple une échelle d'appréciation de 1 à 3 : 1 = peu urgent ; 2 = moyennement urgent ; 3 = très urgent</li> </ul>
<b>Récurrence</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir pour chaque action si sa mise en œuvre est ponctuelle, périodique ou continue</li> </ul>
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nommer un responsable pour la mise en œuvre et le suivi de la mesure corrective choisie</li> </ul>
<b>Échéance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fixer une échéance raisonnable pour l'application de la mesure lors de son implémentation</li> </ul>

Lors de la sélection des actions, il est hautement important de ne retenir que les propositions significatives et applicables pour les activités de l'entreprise. Ainsi, une entreprise transport de petite taille n'aura pas forcément les mêmes objectifs qu'une grande entreprise du secteur. Par ailleurs, l'interdépendance existante entre les zones d'intervention peut se traduire par des similarités et/ou complémentarités au niveau des check-listes.



<i>Suggestions d'actions</i>	<i>Priorité</i>	<i>Récurrence</i>	<i>Responsable</i>	<i>Echéance</i>
<input type="checkbox"/> Favoriser une conduite raisonnable au niveau des zones rurales				
<input checked="" type="checkbox"/> Prévenir les accidents par une conduite prudente	3	Périodique (tous les 3 mois)	M. A.E	Nov. 2012





Avertissement | les actions proposées ci-dessous sont des suggestions et des idées pour vous inviter à la réflexion et vous inspirer. Il est hautement important de ne sélectionner que des actions simples pour débiter (si vous n'avez pas encore entamé de démarche de gestion durable). Par ailleurs, n'oubliez pas de vous référer à votre contexte, aux réalités du terrain et à vos besoins spécifiques pour adapter ces suggestions à votre activité propre.

#### 1. Impact sur la population locale

L'accroissement de la demande des moyens de transport au sein des destinations ne peut être atténué que par une approche rationalisée permettant de répondre aux attentes des touristes et de préserver la qualité de vie des populations locales. L'adoption de bonnes pratiques par les professionnels se traduira, entre autres, par la réduction de la congestion dans la plupart des zones urbaines, la diminution des risques d'accident et de la pollution atmosphérique et acoustique.

<i>Suggestions d'actions</i>	<i>Priorité</i>	<i>Réurrence</i>	<i>Responsable</i>	<i>Echéance</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Réduire la fréquence et les trajets à leur optimum pour limiter la pression sur l'infrastructure urbaine et la congestion du trafic</li> <li><input type="checkbox"/> Favoriser une conduite raisonnable dans les zones rurales</li> <li><input type="checkbox"/> Prévenir les accidents par une conduite prudente</li> <li><input type="checkbox"/> Respecter le code de la route et les exigences/normes locales de minimisation des émissions polluantes</li> <li><input type="checkbox"/> Concevoir une offre de transport touristique ayant une combinaison diversifiée de différents modes et de services (<i>adaptés au contexte et besoin</i>)</li> <li><input type="checkbox"/> Utiliser, quand cela est pertinent, un mode de « transport local » permettant de pérenniser un savoir-faire traditionnel et offrant une activité complémentaire aux communautés concernées</li> </ul>				

## 2. Protection de l'environnement

Le transport génère des impacts négatifs sur l'environnement (*changement climatique, gestion des ressources, protection de la biodiversité, etc.*). Les déséquilibres environnementaux communément admis concernent différents domaines dont la pollution atmosphérique, les nuisances sonores, la production de déchets, l'utilisation du sol (*qui, dans certaines zones, constitue un bien rare*) ainsi que la dégradation des environnements bâti et naturel. Des actions de remédiation permettront au secteur du Transport touristique d'aller vers une mobilité durable. Pour ce faire, des actions d'organisation et de formation pourront s'avérer nécessaires et efficaces.

<i>Action à entreprendre/ points de réflexion</i>	<i>Priorité</i>	<i>Récurrence</i>	<i>Responsable</i>	<i>Echéance</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Effectuer les contrôles et les entretiens réguliers des matériels et équipements afin de réduire les émissions polluantes</li> <li><input type="checkbox"/> Rénover le parc automobile (<i>à commencer par les plus vieux véhicules polluants, soit pour les transformer soit pour les remplacer par des modèles plus récents</i>)</li> <li><input type="checkbox"/> Former les chauffeurs afin qu'ils adoptent les comportements de conduite efficaces et moins pénalisant pour l'environnement</li> <li><input type="checkbox"/> Réduire les distances parcourues lors des circuits et allouer plus de temps à chaque arrêt et visite</li> <li><input type="checkbox"/> Respecter les exigences pour l'accès aux aires protégées et aux sites naturels</li> <li><input type="checkbox"/> Proposer aux clients des modes de déplacements alternatifs peu ou pas polluants (<i>mules et les chevaux, etc.</i>)</li> <li><input type="checkbox"/> Éviter l'utilisation de véhicules avec une capacité assise ou une puissance motrice supérieure aux besoins du transport touristique ou de l'activité proposée</li> <li><input type="checkbox"/> Utiliser des véhicules à deux roues motrices plutôt qu'à quatre roues motrices pour les déplacements urbains</li> </ul>				

### 3. Sécurité, santé et bien-être

La sécurité est l'un des sujets de préoccupation majeur pour les touristes et les populations locales des destinations. En effet, la prise en compte d'un certain nombre de critères et d'exigences de sécurité est nécessaire pour assurer un transport touristique de qualité. Dans ce cadre, la question de la santé et du bien-être viennent s'ajouter à travers la qualité de l'air et les nuisances sonores. Le secteur du Transport touristique devra ainsi prendre davantage conscience de l'intérêt de tenir compte des impératifs sanitaires dans ses activités.

<i>Action à entreprendre/ points de réflexion</i>	<i>Priorité</i>	<i>Récurrence</i>	<i>Responsable</i>	<i>Echéance</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Evaluer l'état des véhicules et des modes de transport destinés aux touristiques afin de créer une offre plus sûre</li> <li><input type="checkbox"/> Inculquer aux chauffeurs des comportements responsables pour le respect du code de la route</li> <li><input type="checkbox"/> Former régulièrement les chauffeurs à une conduite respectueuse et mesurée et en contrôler les aptitudes</li> <li><input type="checkbox"/> Eviter les pressions de rendement et d'efficacité sur les chauffeurs qui peuvent se traduire par des horaires contraignants et des trajets longs et répétitifs (<i>avec pour conséquence la fatigue, le manque de vigilance et des accidents</i>)</li> <li><input type="checkbox"/> Choisir des itinéraires et des horaires qui permettent de réduire les encombrements et la distance du trajet</li> <li><input type="checkbox"/> Réduire les rejets atmosphériques et les niveaux de bruit en assurant la maintenance régulière des véhicules de transport touristique</li> <li><input type="checkbox"/> Limiter l'usage intensif des transports dans les quartiers fortement peuplés</li> <li><input type="checkbox"/> Contrôler le chargement des véhicules et réduire le nombre maximum de touristes par véhicule lors des randonnées en montagne et des voyages dans le désert</li> <li><input type="checkbox"/> Minimiser l'utilisation des moyens de transport motorisés dans les régions montagneuses</li> <li><input type="checkbox"/> Contrôler la vitesse à l'approche des villages et des zones peuplées</li> <li><input type="checkbox"/> Veiller à la qualité des soins portés aux animaux utilisés pour le transport et à leur état de santé (<i>pour ne pas faire courir de risque à votre clientèle et pour éviter de donner l'impression de maltraitance animale</i>)</li> </ul>				

## IV. BONNES PRATIQUES DU SECTEUR

### OFFRE POUR LA DURABILITÉ

Une **organisation touristique suisse** s'engage en faveur de la mobilité douce. Elle a mis en place une carte donnant aux touristes la possibilité d'emprunter les transports publics à moindre prix et de profiter de réductions sur l'entrée de musées et de différentes entreprises partenaires. Les offres commercialisées comptent notamment le prêt de vélos ainsi que des forfaits avantageux pour celles et ceux qui voyagent en train. Des recommandations détaillées figurent sur le site Internet pour permettre aux touristes de planifier leur voyage de manière durable. L'organisation touristique mesure en permanence l'impact environnemental de ses activités, définit des objectifs annuels, apporte des améliorations continues et compense ses émissions de CO<sub>2</sub>.

### TRANSPORT LOCAL FAVORISÉ

Une **entreprise touristique française** privilégie le voyage à dos de chameau et met en place cette pratique dans toutes ses destinations, même dans des régions où elle avait disparu. La méharée (*randonnée organisée dans le désert à dos de chameau*) représente plus de 60 % de son activité. Cette approche permet d'intégrer un plus grand nombre de chameliers locaux dans l'activité de l'entreprise. Après une période de formation et d'apprentissage du personnel issus des destinations, l'encadrement devient à 100 % local.

### MODE DE TRANSPORT DURABLE ET ORIGINAL

Une **entreprise de transport touristique française** offre un moyen de transport inédit et sans stress pour redécouvrir Paris. A bord d'une flotte de triporteurs à la mode orientale (*Tuk Tuk*), parfaitement adaptés à la flânerie et à la contemplation pour sillonner les rues de Paris à une vitesse moyenne de 35 km/h.

### ECONOMIE D'ÉNERGIE ET DIMINUTION DE LA POLLUTION

Une entreprise touristique **allemande** s'est fixé comme but de minimiser sa consommation énergétique de 3% lors pour le transport des passagers durant ses tours. Pour mettre en place cette action, l'entreprise a, entre autres, choisi la promotion du transport local au sein de ses destinations et a lancé une campagne '*Arrêtez le Moteur*' pour encourager les chauffeurs de ses bus touristiques à couper leurs moteurs en attendant les passagers. Ceci a permis à l'entreprise de sensibiliser ses partenaires et d'obtenir, par la même occasion, la satisfaction de ses clients.

### SOUTIEN LOCAL

Une société de transport touristique au **Costa Rica** transporte gratuitement les chercheurs et les membres du personnel du parc national local ainsi que leur matériel en vue de contribuer aux efforts de conservation locaux.

#### MODES DE DÉPLACEMENTS ALTERNATIFS

A **Cordoue**, une **entreprise de location touristique espagnole** propose de petites voitures électriques reliées à la technologie du géo-positionnement. Ces véhicules sont dotés d'un ordinateur qui indique à l'occupant, grâce à un système GPS, où il se trouve, avec une information détaillée de ce qu'il peut voir et visiter. Ce service a été racheté en 2007 par une entreprise internationale qui a commencé à développer ce service dans d'autres grandes villes comme Séville.

#### EXIGENCES POUR LE TRANSPORT

Une **entreprise de transport australienne** gère une flotte d'autobus, dernière génération, qui relie toutes les 15 minutes le centre de Melbourne à l'aéroport. La navette doit satisfaire à des exigences élevées de service ainsi qu'à différents critères concernant la maintenance des véhicules, la collecte et l'enlèvement des déchets, etc. Aussi, l'entreprise de transport doit se conformer aux dispositions strictes du Système ISO de management environnemental de l'aéroport de Melbourne.

#### COMPENSATION CARBONE

Une **entreprise de transport française** permet à ses clients de visualiser en un seul coup d'œil leurs émissions de CO<sub>2</sub> à chaque réservation de billets de train et de financer un projet de compensation carbone.

#### DIVERSITÉ CULTURELLE

Une **société de transport espagnole** a signé avec une association socio-culturelle locale et l'un de ses fournisseurs un accord qui prévoit l'embauche dans de collaborateurs originaires de milieux culturels différents en vue de favoriser la *'discrimination positive'*.

L'atteinte des objectifs fixés en matière de développement durable nécessite un cadre pour la gestion et le suivi des actions retenues au niveau des zones d'intervention. Il est donc nécessaire d'élaborer un plan d'actions. La personne ressource de l'entreprise de transport (*cf. section III.2*) se chargera de la coordination du plan d'actions établi en concertation avec la Direction et les responsables concernés. La personne ressource aura également pour rôle de documenter l'ensemble des informations, d'en suivre le progrès et de faire le lien entre les différentes parties prenantes impliquées dans le processus.

Le plan d'actions se base sur la check-liste en y ajoutant des compléments comme décrit ci-après :

<i>Colonne</i>	<i>Instruction</i>
<b>Objectif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• But à atteindre par la mesure en termes de durabilité</li> </ul>
<b>Action ciblée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesure à mettre en place pour atteindre l'objectif établi (<i>selon les check-listes thématiques</i>)</li> </ul>
<b>Priorité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorité donnée à l'action</li> </ul>
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personne en charge du suivi de l'exécution de la mesure de remédiation</li> </ul>
<b>Echéance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Date butoir de l'exécution de la mesure</li> </ul>

Les actions retenues par l'entreprise de transport ainsi que leurs résultats doivent être régulièrement suivis et documentés afin d'en apprécier la progression et de décider des améliorations possibles ou des mesures complémentaires. Il en est de même pour les indicateurs de suivi dont il faut assurer périodiquement la mise à jour. Par ailleurs, la mise en place de certaines actions peut nécessiter des investissements en termes humains et matériels. Il est donc conseillé de les évaluer et de les prendre en considération lors du processus de prise de décision.



<i>Objectif</i>	<i>Action ciblée</i>	<i>Priorité</i>	<i>Responsable</i>	<i>Echéance</i>
Réduire la consommation énergétique et les émissions atmosphériques	<input type="checkbox"/> Former régulièrement les chauffeurs à une conduite respectueuse et mesurée et en contrôler les aptitudes	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nb. de chauffeurs formés</li> <li>• Nb. d'heures de formations théorique et pratique</li> </ul>	Janv. 2013

*Rappel : 1 = peu urgent ; 2 = moyennement urgent ; 3 = très urgent*

## VI. COMMUNIQUER SON ENGAGEMENT

L'adoption d'une démarche de développement durable requiert une approche de communication et de diffusion adaptée pour mettre en avant les engagements de l'entreprise de transport face à ses parties prenantes. La communication assurera aussi l'information de chaque partie prenante afin que chacun puisse percevoir les résultats de l'action commune.

Cet effort est nécessaire pour recueillir des bénéfices pour l'image publique de l'entreprise et conforter la satisfaction des clients et autres partenaires. Une contribution directe à la valeur des marques de l'ordre de 40% du capital publicitaire serait en effet déterminée par le développement durable (DD). Néanmoins, la mise en place d'une approche de communication externe doit être construite selon trois mots d'ordre :

- Transparente, un engagement véritable envers la durabilité
- Crédibilité, des faits concrets
- Humilité, difficultés non omises

### 1. Construire un plan de communication

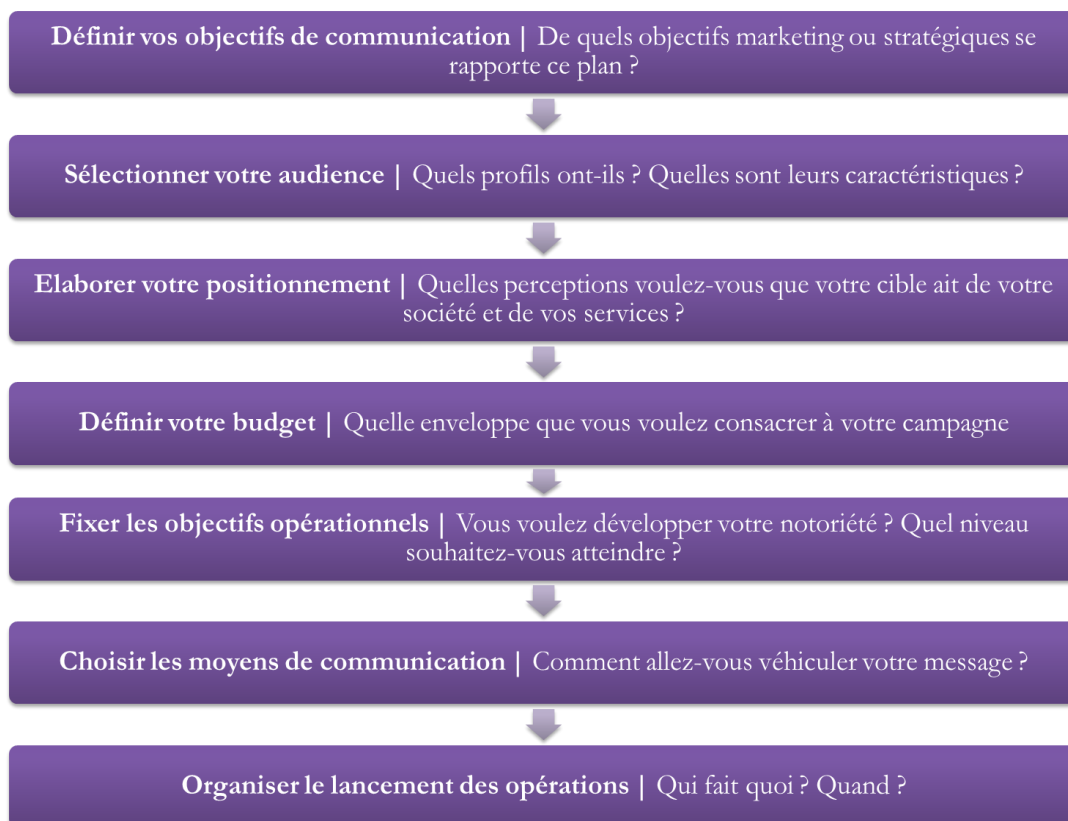


Figure 3 – Les parties d'un plan de communication  
Source : Manger Go, 2013

## 2. Evaluer les résultats de la communication

Cette dernière étape vise à mesurer les résultats obtenus par rapport aux objectifs fixés par la politique de communication. Les évaluations doivent être menées régulièrement, par exemple une fois par an. De ce bilan, des axes nouveaux seront choisis ou les axes de l'année en cours seront approfondis ou traités différemment. Le principal objectif sera d'évaluer la nouvelle perception de la démarche de développement durable et des impacts environnementaux et sociétaux par les cibles et ensuite la perception que les cibles ont eue de la communication.

Pour cette évaluation, des indicateurs de suivi pourront être exploités :



- Nombre d'actions de communication accomplies
- Profil et nombre des parties prenantes ciblées
- Quantités de supports de communication dédiés au DD et TD édités
- Quantités des supports diffusés
- Attention reçue de la campagne ou action de communication par les cibles
- Nombre d'articles de presse publiés
- Nombre de pages dédiées au DD et TD sur le site internet de l'entreprise
- Rythme d'actualisation des supports internet
- Nombre de fois que les contenus sur le DD et TD ont été consultés sur le site internet
- Nombre de réponses et bilan qualitatif des questionnaires clients
- Taux de sensibilisation de la clientèle
- Etc.



### 1. Suivi de la performance

La gestion durable est tributaire de l'intégration efficace des valeurs clés du développement durable dans les pratiques de tous les jours de l'entreprise. La mise en place d'une approche de suivi et d'évaluation contribue de manière fondamentale à améliorer non seulement la communication, mais aussi la crédibilité de l'entreprise et les rapports de confiance avec ses parties prenantes.

Pour ce faire, voici quelques exemples d'indicateurs de suivi environnementaux que les entreprises de transport touristique peuvent adopter :

<i>Objectif</i>	<i>Indicateur clé de performance</i>
<b>Réduction des émissions polluantes dans l'atmosphère</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emissions de NO<sub>2</sub> en tonnes par passager ou par Km parcouru</li> <li>• Emissions de SO<sub>2</sub> en tonnes par passager ou par Km parcouru</li> </ul>
<b>Réduction de la consommation d'énergie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre et pourcentage de véhicules récents du parc automobile</li> <li>• Emissions de CO<sub>2</sub> en tonnes par passager ou par Km parcouru</li> <li>• Pourcentage des transports alternatifs/non-polluants utilisés</li> </ul>
<b>Réduction des bruits et des vibrations</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de plaintes enregistrées</li> </ul>
<b>Accroissement de la sécurité</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre d'heures de formation des chauffeurs</li> <li>• Taux de diminution des accidents/an</li> <li>• Nombre de véhicules touristiques impliqués dans des accidents</li> </ul>

Par ailleurs et selon leurs moyens et leurs objectifs de développement, les professionnels du Transport touristique peuvent également fédérer leurs efforts pour :

- La structuration du secteur et sa professionnalisation
- La collecte des données sur le secteur (*statistiques, indicateurs, etc.*)
- Le développement de partenariat privé-public pour le renforcement des activités du secteur
- Le développement d'offres multimodales pour les touristes
- La communication auprès des différentes parties prenantes

## 2. Développement d'un produit durable

Les professionnels du secteur du Transport touristique peuvent s'engager à prendre des mesures en faveur du développement d'une offre durable. Pour ce faire, quelques actions préliminaires sont proposées ci-après.

Domaine	Action
<b>Produit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un produit de transport durable en déterminant ce qui rend l'activité de l'entreprise singulière et le type de services touristiques offerts (<i>le transport durable doit être facile à utiliser, pratique, ciblé et adapté aux clients</i>)</li></ul>
<b>Promotion</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identifier une stratégie de promotion du produit : visibilité sur Internet, usage des réseaux sociaux, brochure promotionnelle, etc.</li></ul>
<b>Parties prenantes</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intégrer l'ensemble des parties prenantes lors de la phase de démarrage pour répondre à leurs attentes ainsi que leurs besoins et s'assurer de leur implication</li></ul>
<b>Image</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Donner l'image d'un engagement fort et coordonné (<i>attention au greenwashing</i>)</li></ul>

## 3. Obtention d'une reconnaissance

L'obtention d'une reconnaissance pour l'engagement dans la voie du développement durable peut s'effectuer via des démarches volontaires. Ces dernières comprennent des principes de bonne conduite pour la mise en œuvre de procédures et de pratiques durables. Toutefois, ces initiatives et démarches ne se contentent pas de présenter des lignes de bonne conduite; elles indiquent également de manière spécifique les niveaux de performance à atteindre.

De plus, ces outils fournissent un référentiel pour aider les professionnels du tourisme dans leur démarche de réduction des impacts de leurs activités (*dans le domaine environnemental, socioculturel, etc.*) et de sensibilisation du grand public (*pour certains outils*). Ils leur servent également d'outils de communication auprès du grand public en vue de crédibiliser la démarche de DD.

Les initiatives dans le domaine du DD sont répandues pour les raisons suivantes :

- Approches volontaires
- Soutien à la mise en place d'un cadre de référence pour une démarche durable
- Reconnaissance officielle des entreprises proactives

### 3.1. Labels

Les labels sont des instruments qui permettent aux professionnels du tourisme de communiquer auprès des clients, d'autres professionnels du secteur et des divers organismes sur leur implication dans un tourisme durable. Certains sont accrédités par des organismes externes de contrôle (*labels officiels, labels privés collectifs, labels privés individuels contrôlés*), d'autres sont uniquement basés sur la responsabilité du professionnel, sans contrôle externe (*labels privés individuels non contrôlés*). Les critères d'exigence ne sont pas tous les mêmes selon les labels et certains sont plus contraignants que d'autres.

Le tableau ci-dessous présente quelques caractéristiques du label.

<i>Domaine</i>	<i>Description</i>
<b>Positionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils efficaces pour marquer le positionnement de l'entreprise sur le marché</li> </ul>
<b>Approche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approche produit</li> <li>• Basée sur des critères et une procédure définie par les acteurs impliqués</li> <li>• Efforts à fournir variables selon le degré d'exigence du label</li> </ul>
<b>Coûts</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Démarche avec un coût variable selon les labels</li> <li>• Difficilement accessibles pour les petites structures</li> </ul>
<b>Perception</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Effort important de marketing pour la promotion des valeurs recherchées</li> <li>• Considérés par les touristes comme des outils de marketing</li> <li>• Risque de communication erronée en l'absence de pratiques concrètes de tourisme durable au sein des activités de l'entreprise</li> </ul>
<b>Perspective</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les labels peuvent tout à fait faire office d'incitation et de catalyseur pour l'élaboration de chartes de DD</li> </ul>

### 3.1.1. Exemples de labels applicables au secteur du Transport

Ci-après sont présentés des exemples de labels pouvant être appliqués au secteur du Transport. Cette liste est non exhaustive.

#### Légende

•   <i>partiellement couvert</i>	••   <i>couvert</i>	•••   <i>entièrement couvert</i>
----------------------------------	---------------------	----------------------------------



Le Sustainable Tourism Eco-Certification Program™ (STEP) a été développé par l'ONG Sustainable Travel International. Ce label international porte sur les trois dimensions du développement durable et repose sur les exigences minimales des Critères Mondiaux de Tourisme Durable (CMTD). Il s'adresse aux entreprises touristiques de toute taille et comprend cinq niveaux (étoiles).

[www.sustainabletravelinternational.org](http://www.sustainabletravelinternational.org)

<i>Environnement</i>	<i>Société</i>	<i>Economie</i>
•••	••	•



Le label international de développement durable Green Globe est un système de certification basé sur internet pour les entreprises touristiques et notamment celles du secteur de la Transport. Il évalue les prestations des entreprises touristiques dans huit domaines différents et intègre les CMTD. Il est actif dans 83 pays et dispose d'un large réseau d'auditeurs accrédités dans le monde entier.

[www.greenglobe.com](http://www.greenglobe.com)

<i>Environnement</i>	<i>Société</i>	<i>Economie</i>
•••	••	•



EarthCheck est un système de benchmarking, de certification et de management environnemental destiné au tourisme (*ainsi que le transport touristique*). Il s'adresse explicitement aux entreprises de toute taille, auxquelles il permet de calculer leurs émissions de CO<sub>2</sub>. EarthCheck couvre toutes les dimensions du développement durable, intègre les CMTD et décerne un sceau comprenant quatre niveaux (*bronze, argent, or et platine*).  
[www.earthcheck.org](http://www.earthcheck.org)

Environnement	Société	Economie
•••	••	•



Le Certification for Sustainable Transportation (CST), développée en 2012, a pour objectifs de réduire les émissions de CO<sub>2</sub>, d'optimiser l'efficacité énergétique et d'utiliser les énergies et technologies alternatives. La certification se base sur quatre niveaux de reconnaissance, d'un index de durabilité. Le CST peut également aider les passagers à identifier et choisir des modes de transport durable.  
[www.erating.org](http://www.erating.org)

Environnement	Société	Economie
•••	••	

### 3.1.2. Conseils pour la labellisation

Etape	Conseil
<b>Bilan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procéder, avant d'envisager une labellisation, à une analyse détaillée des avantages et inconvénients ainsi que de l'orientation des différents labels</li> <li>• Consulter des spécialistes et des collègues au bénéfice d'expériences dans le domaine</li> </ul>
<b>Positionnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réfléchir au positionnement actuel de la structure et de la destination ainsi qu'au positionnement souhaité (<i>les labels reflètent en effet l'image de ce qu'on est et de ce qu'on veut devenir</i>)</li> </ul>
<b>Choix</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délimiter les labels entrant en ligne de compte</li> <li>• Déterminer, avant de faire un choix définitif, les attentes envers les labels et la mesure dans laquelle chacun d'eux les satisfait (<i>ici, la conviction personnelle joue un rôle essentiel. Il faut donc savoir si l'objectif visé est une solution de gestion complète ou une amélioration dans un domaine spécifique, si la notoriété internationale est importante pour la structure</i>)</li> </ul>
<b>Implication</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impliquer activement les collaborateurs au positionnement du label, à son choix et surtout à sa mise en œuvre et à son adaptation constante (<i>cet engagement est la seule garantie d'une communication efficace à l'externe et d'un authentique vécu des valeurs à l'interne. C'est également une reconnaissance des efforts consentis pour asseoir une politique de DD</i>)</li> </ul>
<b>Ressources</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en œuvre un label de développement durable mobilise des ressources humaines et financières et nécessite l'établissement de budgets précis dans ces deux domaines</li> </ul>

### 3.2. Normes

Il s'agit d'un modèle organisationnel qui cherche à garantir la satisfaction des clients ou autres parties prenantes tout en améliorant les prestations et la performance de l'entreprise, à travers la maîtrise de l'impact des activités (*comme par exemple pour les normes ISO de système de management*).

Les normes sont 'génériques'; elles ont pour vocation de pouvoir être appliquées à toute organisation, quelle que soit sa taille, quel que soit son produit et quel que soit son secteur d'activité.

#### 3.2.1. Quelques caractéristiques

Domaine	Description
<b>Approche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Démarche structurée</li> <li>• Approche processus</li> <li>• Outils non exclusivement destinés au secteur du tourisme</li> </ul>
<b>Exigence</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Outils généralement plus contraignants</li> <li>• Démarche volontaire avec une reconnaissance nationale, européenne ou internationale</li> </ul>
<b>Coût</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investissement et contraintes financières importantes</li> <li>• Non accessibles aux petites structures</li> </ul>

#### 3.2.2. Exemples de normes

Les normes ISO présentées ci-dessous sont applicables au secteur du tourisme et à la Distribution en raison de leur approche générique.

Légende

•   <i>partiellement couvert</i>	••   <i>couvert</i>	•••   <i>entièrement couvert</i>
----------------------------------	---------------------	----------------------------------



ISO 14001:2004, Management Environnemental, qui définit les critères d'un système de management environnemental, peut être utilisée pour la certification. Elle n'énonce pas d'exigences pour la performance environnementale, mais trace un cadre qu'une entreprise ou une organisation peut appliquer pour mettre sur pied un système efficace. Tout type d'organisation, peut l'utiliser indépendamment du secteur d'activités. La norme donne à la direction, au personnel et aux parties prenantes extérieures l'assurance que l'impact environnemental fait l'objet de mesures et d'améliorations.

[www.iso.org/iso/fr/iso14000](http://www.iso.org/iso/fr/iso14000)

Environnement	Société	Economie
•••		



L'ISO 26000:2010, Responsabilité sociale, a pour vocation d'aider les organisations à contribuer au développement durable. Elle contient des lignes directrices et non des exigences. Elle ne se prête donc pas à la certification, contrairement à d'autres normes très connues de l'ISO. Elle permet en revanche de clarifier la notion de responsabilité sociale, d'aider les entreprises et les organisations à traduire les principes en actes concrets, et de faire connaître les meilleures pratiques en matière de responsabilité sociale, dans le monde entier.

[www.iso.org/iso/fr/home/standards/iso26000.htm](http://www.iso.org/iso/fr/home/standards/iso26000.htm)

Environnement	Société	Economie
	•••	

### 3.2.3. Conseils pour le choix de l'organisme de certification

<i>Étape</i>	<i>Conseil</i>
<b>Sélection</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Evaluer plusieurs organismes de certification</li></ul>
<b>Coût</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Garder à l'esprit que le moins cher pourrait s'avérer très coûteux à long terme, si le travail d'audit réalisé est insuffisant</li></ul>
<b>Norme</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Chercher à savoir si l'organisme de certification met en œuvre la norme ISO/CEI 17021:2011, Evaluation de la conformité – Exigences pour les organismes procédant à l'audit et à la certification des systèmes de management</li></ul>
<b>Accréditation</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demander si l'organisme est accrédité</li><li>• L'accréditation n'est pas obligatoire. Elle n'en reste pas moins une confirmation indépendante de compétence</li></ul> <p><i>Pour connaître les noms des organismes de certification accrédités, contactez l'organisme national d'accréditation du pays (IMANOR au Maroc).</i></p>

Le transport est une des composantes majeure de l'activité touristique. Paradoxalement, les impacts des activités du transport tendent à affecter la qualité des destinations touristiques. Ces dernières sont victimes de niveaux élevés de congestion et de pollution dues au trafic, d'une baisse de la qualité de vie des communautés locales et d'une augmentation des risques d'accidents.

Le développement d'une approche de transport touristique durable prend en considération ces facteurs de faiblesse en vue d'en minimiser les impacts. Ainsi, la prise en compte des exigences environnementales et sociétales dans le développement de l'offre du transport touristique permet aux professionnels du secteur de se positionner sur le marché en tant qu'acteurs responsables et proactifs. Ceci permet par la même occasion de répondre aux attentes de la clientèle en termes de qualité, de sécurité et de respect de l'environnement.

Les efforts consentis par les professionnels du secteur du Transport touristique nécessitent d'être renforcés par des actions stratégiques aux niveaux régional et national. Pour cela, les acteurs publics et les acteurs privés du tourisme doivent identifier de nouveaux produits de transport touristiques novateurs et durables et inciter également l'utilisation des transports collectifs en mettant en place une intermodalité efficace. Cependant, une offre de qualité dans ce domaine devrait être assurée pour les touristes en termes de confort et de régularité. De plus, il est nécessaire d'améliorer les performances des opérateurs routiers en promouvant la formation de leurs conducteurs afin qu'ils adoptent les comportements de conduite les plus éco-efficaces et les plus sécuritaires. La mise en place de ces mesures permettra de réduire durablement les émissions polluantes ainsi que les accidents de la route. Il en sera aussi de même pour les actions d'entretien des véhicules de transport ainsi que le rajeunissement du parc automobile du secteur du Transport touristique.

Par ailleurs, les pouvoirs publics ont aussi un rôle à tenir en matière d'amélioration de la qualité de l'air au sein des destinations touristiques. Ainsi, le développement de mécanismes incitatifs pour les professionnels du secteur du Transport encouragera l'acquisition de technologies propres et renforcera indirectement la sécurité des modes de transport des touristes. A ce propos, la structuration et la réglementation des transports occasionnels et informels viendra renforcer le secteur et ses objectifs de qualité et durabilité.

- C. Pamelard, **L'adaptation des moyens de transport pour un tourisme durable : le concept d'éco-mobilité**, Université Bordeaux 3, 2009
- L. Lecolle, **Ecotourisme : Outils et bonnes pratiques**, Pôle relais lagunes méditerranéennes – Conservatoire des Espaces Naturels du Languedoc-Roussillon, 2008
- Office fédéral du développement territorial ARE, **Tourisme et développement durable - Bonnes pratiques et pistes d'action**, 2010
- Magestour, **Communiquer sur sa démarche: Manuel de Gestion Environnementale et Sociale**
- M. Barth, F. Weber, M. Güntensperger, **Pour y voir plus clair dans la jungle des labels**, Swiss Hotel Association, mars 2011
- PME et développement durable**, Agenda 21, Canton de Genève, 2003
- Sustainable Business Associates (SBA), **Guide de Bonne Gestion Environnementale en Hôtellerie**, SBA & Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Maroc, 2008
- TOI & UNEP, **Integrating Sustainability into Business: A Management Guide for Responsible Tour Operations**, UNEP, 2005
- TOI & UNEP, **Integrating Sustainability into Business: An Implementation Guide for Responsible Tourism Coordinators**, UNEP, 2005
- TOI & The Center for Environmental Leadership in Business (CELB), **Supply Chain Engagement for Tour Operators - Three Steps Toward Sustainability**, TOI & UNEP, 2004
- TOI, **Sustainable Tourism: The Tour Operators' Contribution**, TOI & UNEP, 2003
- Tour Operators' Initiative for Sustainable Tourism Development (TOI) & Programme des Nations Unies pour l'Environnement (UNEP), **Tourisme et Déserts: Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux du tourisme dans les déserts**, UNEP, 2006
- TOI, UNEP & Conservation International, **Tourisme et Montagnes: Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagne**, UNEP, 2007
- Union Internationale des Transports Publics (UITP), **Un ticket pour l'avenir - Les Trois Pôles de la Mobilité Durable**, 2003



**Edition**  
Mars 2013