



magestour

MANUEL DE GESTION ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE
À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME
EN PROVENCE - ALPES - CÔTE D'AZUR

Hôtels
Campings
Restaurants
Résidences de tourisme
Villages de vacances
Offices de tourisme
Palais des congrès
Gîtes
Chambres d'hôtes
Meublés de tourisme



**LAISSEZ-VOUS
GUIDER**

Professionnels du tourisme, un nouvel outil adapté à vos activités et à vos métiers est à votre disposition

magestour

MANUEL DE GESTION ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE
À DESTINATION DES PROFESSIONNELS DU TOURISME
EN PROVENCE - ALPES - CÔTE D'AZUR

Composé de 3 guides thématiques, **ce manuel est un véritable outil de travail** pour mener et alimenter une démarche de progrès dans le domaine de la responsabilité sociale et environnementale. Il traite des aspects méthodologiques et opérationnels pour démarrer, mettre en œuvre et pérenniser une démarche. Il présente des actions d'amélioration possibles et propose des gestes simples à adopter au quotidien.

Le **développement durable** c'est l'affaire de tous, et c'est aussi l'affaire de chacun : ce nouvel outil s'adresse donc à chaque personne dans l'établissement. Chacun y trouvera les informations et les recommandations qui le concernent, selon son métier, son activité, son type de travail. Ces activités se retrouvent dans la plupart des structures d'accueil touristiques :

- Direction
- Accueil et réception
- Administration
- Cuisine (Economat, Production culinaire, Plonge)
- Bar, restauration en salle, restauration à emporter
- Nettoyage et propreté des locaux
- Hébergement
- Lingerie, buanderie, laverie
- Séminaires et conférences
- Espaces verts
- Entretien et gestion des bâtiments
- Piscine
- Commerces, boutiques et vente de produits
- Animation

3 guides thématiques

komet

MÉTHODES ET CONNAISSANCES

Il vous apporte les fondamentaux préalables à l'action en ouvrant sur de nombreuses sources d'approfondissement. Il porte plutôt sur des axes stratégiques pour l'entreprise.

médi

MEILLEURES TECHNOLOGIES DISPONIBLES

Il vous informe sur les aspects technologiques et matériels de la démarche. Sans être exhaustif, il présente un grand nombre d'améliorations techniques de base.

ékoji

ÉCOGESTES

Il vous explique les gestes et les bonnes pratiques du quotidien applicables simplement. A conserver à portée de vue, sur son poste de travail.

komet



médi



ékoji



S'engager dans le développement durable,

c'est agir concrètement pour trouver l'équilibre entre la rentabilité économique, les bénéfices sociaux et la préservation de l'environnement.

UNE MULTITUDE DE THÈMES D'ENGAGEMENT

ACCESSIBILITÉ À TOUS

SOLIDARITÉ

CONDITIONS DE TRAVAIL

FIDÉLISATION DES SALARIÉS

RISQUES PROFESSIONNELS

ERGONOMIE

EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

ÉGALITÉ HOMME FEMME

LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

INSERTION SOCIALE

CHANGEMENT CLIMATIQUE

DISPARITION DES ESPÈCES

PRÉSERVATION DE LA FAUNE ET DE LA FLORE

INTÉGRATION PAYSAGÈRE

PRÉSERVATION DES SITES

RÉDUCTION DES POLLUTIONS

ECONOMIES D'EAU

ECONOMIES D'ÉNERGIE

VALORISATION ET RECYCLAGE DES DÉCHETS

ASSAINISSEMENT DES EAUX USÉES

QUALITÉ DE L'AIR

NUISANCES SONORES

ACHATS ÉCO-RESPONSABLES

PRODUITS BIO ET ÉQUITABLES

MOBILITÉ ET TRANSPORTS

QUALITÉ DE SERVICE

PROSPÉRITÉ DE L'ÉCONOMIE LOCALE

RESPECT DES RÉGLEMENTATIONS

PÉRENNISER SES ACTIVITÉS À LONG TERME

Quel intérêt ? Quels bénéfices ? Témoignages

S'inscrire dans le développement durable n'est pas une charge supplémentaire mais une nouvelle source de progrès. Nombre de gestionnaires rapportent en avoir tiré de réels bénéfices pour leurs établissements, leurs salariés et leur territoire.

Réduire les coûts d'exploitation

« C'est assez facile de réduire les factures d'eau et d'énergie de 10 à 30 % au moins. »

« Nous prêtons plus attention à certaines dépenses, nous maîtrisons mieux nos charges. »

Conforter la qualité de service

« Mes collaborateurs se sentent mieux ici. Les clients le ressentent et sont plus satisfaits. »

Anticiper les réglementations

« Se mettre sans attendre en conformité réglementaire, c'est assurer la sécurité juridique de son établissement. »

« Une meilleure accessibilité à tous, c'est aussi la possibilité d'accueillir un éventail plus large de clientèle. »



Pérenniser son activité

« Les clients viennent pour la qualité de notre environnement. Nous devons préserver l'attractivité de notre destination touristique. »

Fidéliser et fédérer les équipes

« Mes équipes ont vraiment adhéré. »

« C'est un projet citoyen qui a fédéré nos équipes. »

« Notre entreprise est plus responsable en se préoccupant d'enjeux importants pour notre société. Nous pensons évidemment à gagner de l'argent, mais évitons de faire trinquer la planète et certains d'entre nous pour cela. »

« Depuis que je me soucie du développement durable, mes salariés sont plus fidèles. Et lors du recrutement, je vois que cela compte auprès des jeunes. »

Améliorer les conditions de travail

« Mes salariés travaillent mieux. Ils sont plus efficaces et plus productifs depuis que nous avons amélioré l'ergonomie des postes de travail. »

« C'est important de préserver la santé de mes salariés. Et au quotidien, c'est quand même plus simple à gérer lorsqu'on réduit le nombre d'accidents et d'arrêts de travail. »

Développer un nouvel atout commercial

« Notre démarche nous permet de nous démarquer auprès des prospects et de nos prescripteurs. »

« L'image de notre établissement est clairement valorisée. Et nous constatons que notre engagement est apprécié par la plupart de nos clients. »

« Qu'ils soient français, européens ou d'ailleurs, on le sent et nos clients nous le disent : c'est important pour eux que nous assumions nos responsabilités dans le domaine de la préservation de l'environnement. »

« Nous avons gagné des points dans l'estime des clientèles ; c'est clair, elles apprécient notre démarche. »

55 millions

de voyageurs américains se disent soucieux de l'environnement, 38% de ces voyageurs seraient prêts à payer une prime pour recourir à des compagnies de voyages respectueuses de l'environnement.

Industry Association of America - 2003.

72%

des voyageurs français souhaitent pratiquer le tourisme responsable.

65%

des voyageurs français sont prêts à compenser leurs émissions de CO₂.

TNS Sofres, 2008 pour Voyages-sncf.com et Routard.com

45%

des personnes interrogées jugent très important que leurs vacances ne nuisent pas à l'environnement.

Association of British Travel Agents - 2002



www.magestour.com

Piloté par



Avec le soutien de



En partenariat avec

