

L'innovation sociale au service du tourisme durable, quels déterminants dans la région Fès-Meknès?

Social innovation at the service of sustainable tourism, what determinants in the Fez-Meknes region?

Bouchra DEBBAGH

Professeur d'enseignement supérieur

FSJES- Fès

Email : bouchra_db@hotmail.com

Fatima Zahra YOUSFI

Doctorante, FSJES - Fès

Email : yousfifatima40@gmail.com

Date de soumission : 11/01/2019

Date d'acceptation : 23/02/2019

Pour citer cet article :

DEBBAGH B. & YOUSFI FZ. (2019) « L'innovation sociale au service du tourisme durable, quels déterminants dans la région Fès-Meknès? » Revue Internationale des Sciences de Gestion « Numéro 3 : Avril 2019 / Volume 2 : numéro 2 » p : 179- 201

Résumé

L'importance de l'innovation a longtemps été sous-estimée dans les activités de services et du tourisme. Contrairement aux innovations radicales essentielles à la croissance dans le secteur manufacturier, les innovations dans le tourisme étaient secondaires et pauvre en capital. Aussi, les questions liées spécifiquement à l'innovation sociale dans le tourisme durable restent peu étudiées. Le tourisme durable est un tourisme qui respecte les ressources naturelles, culturelles et sociales d'un territoire afin de minimiser les impacts négatifs qu'il pourrait générer. Il se décline d'une démarche qui intègre les principes du développement durable. Dans ce contexte, l'innovation sociale se présente comme de nouvelles idées ou propositions de solutions aux besoins non satisfaits des hommes, afin d'augmenter leur niveau de vie et de bien-être.

Cette étude apporte, d'une part, une contribution théorique par laquelle nous allons tenter de dégager les principaux déterminants de l'innovation sociale contribuant à l'essor d'un tourisme durable, d'autre part, une contribution empirique permettant de les vérifier dans la région Fès-Meknès.

Mots clés : innovation sociale, tourisme durable, développement durable, économie sociale et solidaire, entreprise sociale.

Abstract

The importance of innovation has long been underestimated in service and tourism activities. Unlike the radical innovations essential to growth in the manufacturing sector, innovations in tourism were secondary and poor in capital. Also, issues specifically related to social innovation in sustainable tourism remain poorly studied. Sustainable tourism is a tourism that respects and preserves in the long term the natural, cultural and social resources of a territory in order to minimize the negative impacts that it could generate. This is an approach that incorporates the principles of sustainable development. In this context, social innovation work with new ideas and solutions to increase need of human being.

This study provides, firstly, a theoretical contribution to identify the main determinants of social innovation for a sustainable tourism, secondly, an empirical contribution to verify them in the Fez-Meknes region.

Keywords: social Innovation, sustainable tourism, sustainable development, social and solidarity economy, social enterprise.

Introduction

Le tourisme représente une activité économique prometteuse (Babou & Callot, 2007). Mais, si le tourisme offre de belles perspectives économiques à long terme, les conditions de son expansion sont sujettes à discussion. (Beji-Becheur & Bensebaa, 2006) résumant ces menaces en quatre points :

- Sur le plan économique, les revenus sont souvent captés par des intermédiaires et profitent peu aux populations locales. De plus, les emplois dans le secteur touristique sont souvent précaires et saisonniers ;
- Au niveau réglementaire, les règles du droit international restent souvent bafouées (travail des enfants, destruction des structures traditionnelles...);
- Sur le plan éthique, les droits de l'homme ne sont pas toujours respectés;
- Sur le plan culturel, on assiste souvent à une folklorisation des cultures.

A ces quatre points, nous pouvons ajouter la dimension environnementale, en effet, l'impact de l'industrie du tourisme sur l'environnement est préoccupant. Ainsi, la problématique du développement durable, notion émergente depuis la fin des années 1980, vise un développement à la fois respectueux de l'environnement, équitable socialement et efficace sur le plan économique. L'avantage de cette approche est d'apporter un regard nouveau sur notre mode de développement qui répond le plus souvent à une logique de croissance de court terme et non à une logique de long terme.

De ces différents constats est née l'idée d'un tourisme plus juste, plus équitable et davantage respectueux de l'environnement. Le concept de tourisme durable s'est diffusé notamment à la suite du sommet de Rio de 1992 et décline la problématique du développement durable au tourisme. Dans ce cadre, une première conférence s'est réunie sur ce thème en 1995 et a donné lieu à une « charte du tourisme durable ». En 1999, l'OMT (organisation mondiale du tourisme) s'empare à son tour de ce thème et publie avec l'ONU un code mondial d'éthique du tourisme. En octobre 2008, un nouveau pas est franchi avec la publication des Critères Mondiaux du tourisme durable par une coalition de 27 organisations internationales dont l'ONU et l'OMT dans le but d'améliorer la compréhension du tourisme durable et d'en faciliter sa diffusion auprès des entreprises touristiques.

A ce titre, l'innovation, généralement, considérée comme un facteur clé du développement économique et social, est devenue un outil incontournable des stratégies de développement, de croissance et de création d'emplois. Pour réussir ce processus dans le secteur du tourisme, les nouvelles exigences du développement durable du tourisme doivent être prises en considération.

En tourisme, l'innovation résulte souvent de facteurs externes tels que l'évolution démographique, la politique gouvernementale, les changements environnementaux ; mais elle peut aussi être sociale dans une perspective visant l'amélioration de la qualité du service et la satisfaction des besoins sociaux. C'est ainsi que nous pouvons désormais parler « d'innovation sociale » (Buchegger & Ornetzeder, 2000) qui se donne pour ambition de proposer de nouvelles solutions à des problèmes politiques et sociaux, plutôt que d'élaborer des produits ou des services valorisés sur un marché.

Aussi la problématique à laquelle nous proposons de répondre dans ce papier, se formulera de la manière suivante « **dans quelle mesure les déterminants de l'innovation sociale peuvent contribuer à l'émergence et à l'essor des projets de tourisme durable ?** ». De cette problématique découle un certain nombre de questionnements :

- Quelle est la perception du tourisme dans le développement durable ?
- Quelle est la place de l'innovation sociale dans le tourisme durable ?
- Quels sont les déterminants de l'innovation sociale ?
- Quels apports de ces déterminants au tourisme durable ?

Le plan de cette contribution va ainsi s'articuler autour de deux points : le 1^{er} point porte sur l'analyse théorique et conceptuelle de l'approche du tourisme durable et de l'innovation sociale. Le deuxième point, tente de dégager à travers une grille de lecture, les déterminants du processus d'innovation sociale, et de tester leur portée dans le champ du tourisme durable à travers le cas d'un projet social qui se veut innovant « Ziyarates- Fès ».

1- Tourisme durable et innovation sociale : une revue de littérature

1.1 - Le développement durable : une approche pluridisciplinaire

Depuis la parution du rapport Bruntland en 1987, en passant par le Sommet de la Terre à Rio et, plus récemment, le Sommet de Johannesburg, le concept de "développement durable" est devenu un champ de recherche d'actualité. Un nombre croissant de chercheurs se penchent

aujourd'hui sur ce paradigme et tentent de mieux comprendre comment concilier le développement socio-économique et la protection de l'environnement. Malgré les quelques années qu'elle a derrière elle, la notion de développement durable ne fait toujours pas l'unanimité, tant dans la population en général que parmi les scientifiques (Revéret & Gendron, 2002). Le nombre élevé de définitions en circulation ainsi que la complexité inhérente à un tel concept, qui fait des emprunts dans presque toutes les disciplines, permettent un grand nombre d'interprétations et, de ce fait, participent à une confusion générale.

La problématique du développement durable, notion émergente depuis la fin des années 1980, vise un développement à la fois respectueux de l'environnement, équitable socialement et efficace sur le plan économique. L'avantage de cette approche est d'apporter un regard nouveau sur notre mode de développement qui répond le plus souvent à une logique de croissance de court terme et non à une logique de long terme.

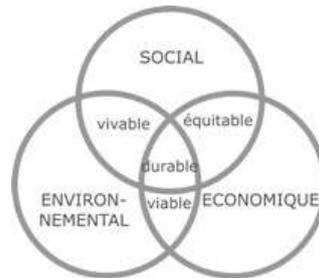
Le terme de développement durable est moins un concept qu'un mot d'ordre issu d'une prise de conscience qui précède la construction d'un contenu, d'un corpus de références. D'où le fait qu'il puisse aisément prétendre par exemple englober l'environnement, l'économique et le social, auquel s'est récemment ajoutée l'idée de gouvernance ou l'art d'organiser l'exercice des pouvoirs (Rouxel & Rist, 2000).

La spécificité du développement durable tient dans la reconnaissance de l'environnement comme élément de développement. La nouveauté de la prise en compte de l'environnement dans les questions de développement nous oblige à explorer d'autres champs d'activités jusque là tenus pour marginaux. " Une chose est absolument certaine : dans aucun pays, encore moins sur la planète entière, l'évolution contemporaine de la civilisation humaine n'a un caractère durable. Ainsi, l'idée du développement durable est un défi, un appel urgent à l'exploration de voies qui nous permettraient d'y parvenir" (Moldan, 1996). Parmi la panoplie d'outils proposés afin d'évoluer vers un développement durable de nos sociétés, il y en a un qui retient maintenant l'attention : le tourisme durable.

1.2 Les fondements du développement durable

Le développement durable s'appuie principalement sur trois piliers fondamentaux que sont : l'environnement, l'économique et le social ; auxquels nous pouvons ajouter également le culturel et la gouvernance comme mentionné plus haut.

Figure 1 : Les différents courants entrecroisés du développement durable



Source : A. Villain (1993)

1.2.1 Préserver l'environnement

Il s'agit de préserver les ressources naturelles à long terme, en maintenant les grands équilibres écologiques et en limitant des impacts environnementaux. En effet, les ressources naturelles ne sont pas infinies. La faune, la flore, l'eau, l'air et les sols, indispensables à notre survie, sont en voie de dégradation. Ce constat de rareté et de finitude des ressources naturelles se traduit par la nécessité de protéger ces grands équilibres écologiques pour préserver nos sociétés et la vie sur terre.

1.2.2 Favoriser la cohésion sociale

Il s'agit de satisfaire les besoins essentiels de l'humanité en logement, alimentation, santé et éducation, en réduisant les inégalités entre les individus, dans le respect de leur culture. Autrement dit, c'est la capacité de notre société à assurer le bien-être de tous ses citoyens. Ce bien-être se traduit par la possibilité pour tout un chacun d'accéder, quelque soit son niveau de vie, aux besoins essentiels : alimentation, logement, santé, accès égal au travail, sécurité, éducation, droits de l'homme, culture et patrimoine, etc.

1.2.3 Promouvoir une économie responsable

Il s'agit de concilier la viabilité d'un projet, d'une organisation (performance économique) avec des principes éthiques, tels que la protection de l'environnement et la préservation du lien social. Selon ce système, le prix des biens et services doit refléter le coût environnemental

et social de l'ensemble de leur cycle de vie, c'est-à-dire de l'extraction des ressources à la valorisation, en tenant compte de la fabrication, de la distribution et de l'utilisation. Les enjeux d'une économie responsable sont nombreux, souvent liés à l'un des deux autres piliers du développement durable, l'environnement et le social, voire au deux.

1.3 Tourisme durable : du concept à la réalité

1.3.1 Définition du tourisme durable

Le concept de tourisme durable a été conçu comme une réaction à la croissance rapide du tourisme (en termes de volume, et sa couverture géographique), dans la période d'après-guerre. Il est né, non pas dans le monde anglophone, mais en Europe centrale, parmi les orateurs allemands, italiens et français. Ce ne fut pas un enfant de l'industrie du tourisme ou des décideurs politiques du gouvernement, mais aussi d'universitaires et de chercheurs.

Depuis sa naissance officielle lors de la conférence Mondiale de Lanzarote en 1995, le tourisme durable a fait l'objet de différentes formalisations principalement à travers le Code Mondial d'Éthique du Tourisme (OMT, 1999). Ce document énonce les principes fondamentaux du tourisme durable et appelle à son développement. Pour l'OMT, le tourisme durable doit « *être supportable à long terme sur le plan écologique, viable sur le plan économique et équitable sur le plan éthique, et social pour les populations locales* » (Charte du tourisme durable, OMT 1995). Le code mondial d'éthique du tourisme décline cette démarche en 10 articles ayant trait à la fois aux aspects humains, écologiques, culturels, économiques, religieux, sociologiques ou encore professionnels des déplacements touristiques. Les thèmes abordés sont donc très divers et orientent davantage vers des idéaux que vers des comportements ou des modes d'organisation concrets. Au final, les chercheurs mettent en avant le caractère très large et peu précis du concept de tourisme durable (Liu, 2003, Lansing & de vries, 2006, Bramwell & Lane, 2008).

1.3.2 Vers un tourisme durable

Le chemin vers un secteur touristique plus durable est un voyage qui comprend de nombreuses petites étapes, où les progrès sont réalisés progressivement, bien que pas nécessairement lentement, et pas nécessairement séquentiellement. (McCool, Moisey & Nickerson, 2001) ont estimé que les questions clés au processus (comment progresser vers un



chemin durable?) et l'objet (que devons-nous soutenir?) n'étaient pas résolus. En effet, ces problèmes restent en grande partie non résolus aujourd'hui, en dépit des efforts continus (Dodds & Butler, 2010), et les raisons de l'absence de résolution sont manifestes, car la durabilité économique peut être mesurée immédiatement, tandis que la durabilité sociale, culturelle et écologique ne peut être mesurée que sur de nombreuses années, et dans certains cas, même des générations.

Avec la tendance générale du développement durable, les voyageurs ont fait face à une énorme pression liée à la protection de l'environnement au cours des dix dernières années, exercée par le gouvernement, l'économie, la culture et la société. (Roberts & Tribe 2008) ont indiqué que les petites entreprises touristiques contribuent automatiquement au développement du tourisme durable en offrant des visites personnalisées. Certains chercheurs (Saarinen, 2014) ont confirmé que la réglementation gouvernementale est une méthode utile qui encourage les entreprises civiles à transformer le tourisme traditionnel en tourisme durable dans une large mesure. Un grand nombre d'études ont étudié les caractéristiques des clients verts, les motivations pour la consommation verte et les impacts des attributs verts sur la satisfaction des touristes. Ces études ont confirmé que les consommateurs respectueux de l'environnement sont plus favorables et plus satisfaits des produits verts.

Le phénomène touristique est de plus en plus confronté au défi de la durabilité. Ce dernier constitue un challenge pour les destinations touristiques comme pour les acteurs et peut, sous certaines conditions, constituer un levier majeur de l'attractivité des destinations. Ce constat, a conduit les acteurs publics et privés concernés à la mise en place d'un tourisme innovant et plus durable. Toutefois, l'innovation la plus visible de nos jours dans le secteur touristique est celle apportée par les nouvelles technologies ; or l'innovation est aussi générée par des attentes nouvelles de la part des clientèles touristiques, qui sont à la recherche davantage d'authenticité, de respect de l'environnement, de développement local et de satisfaction des besoins sociaux. En effet, l'innovation sociale dans le tourisme durable recouvre des réalités très diverses, elle peut émaner du secteur touristique lui-même ou bien d'organisations extérieures au secteur, c'est dans ce sens que nombre d'appels sont lancés pour des projets socialement innovants.

1.4 - Eclairage sur le concept « innovation sociale »

1.4.1- Eléments pour délimiter le champ des innovations sociales

Aux côtés des innovations technologiques, concernant l'introduction de nouveaux produits ou de nouveaux processus de production, il existe de nouvelles innovations, sociales, organisationnelles ou encore institutionnelles relatives à la coordination des relations entre les acteurs sociaux et à la résolution des problèmes socio-économiques, en vue d'une amélioration de la performance. En réponse à de nouveaux défis, les innovations sociales représentent de nouvelles pratiques, procédures, règles, approches ou institutions introduites en vue d'améliorer les performances économiques et sociales, de résoudre un problème important pour les acteurs sociaux et/ou combler un déficit de régulation ou de coordination.

La nécessité d'une innovation sociale et la nécessité d'être pris ensemble avec l'innovation technologique pour fournir l'efficacité économique entrent en scène dans les années 1930 par Joseph Schumpeter. Ainsi, l'innovation sociale est soutenue dans un continuum dans la littérature actuelle.

D'un côté du continuum, les innovations sociales sont évaluées comme complémentaires aux innovations technologiques dans le cadre d'organisation (Schumpeter, 1934, Drucker, 1985). Dans cette discipline, l'innovation sociale est définie comme un changement individuel et / ou institutionnel en vue d'accroître la compétitivité de l'organisation. Du point de vue de l'organisation, l'innovation sociale est évaluée par la planification et contrôle, amélioration de la gestion des ressources humaines et des améliorations de la productivité de la force de travail (Pot & Vaas, 2008, p. 468).

De l'autre côté du continuum, l'innovation sociale est de trouver des moyens concrets pour faire face aux problèmes sociaux et économiques de manière à faire une réelle différence dans la vie des gens.

Considérant que l'innovation sociale est une réponse nouvelle visant le mieux-être des individus et/ou des collectivités, elle se définit par son caractère novateur et son objectif qui prévoit des conséquences sociales positives. Néanmoins, plusieurs chercheurs définissent également l'innovation sociale par son processus.

En effet, la plupart des auteurs n'ont pas défini l'innovation sociale par rapport à son processus de création et de mise en œuvre. Par exemple, (Gordon, 1989), ne s'intéresse qu'à



l'organisation du travail mise en œuvre, qu'il considère, par ailleurs, comme une dimension du processus de création d'innovations technologiques. En revanche, pour (Brooks, 1982) et (Dadoy, 1998), l'innovation sociale résulte d'un processus de création et d'implantation dont sont partie prenante les salarié(e)s appelé(e)s à produire dans la nouvelle structure. Enfin, (Swyngedouw, 1987) et (Dadoy, 1998) envisagent le processus d'innovation sociale comme un processus d'apprentissage (savoir, savoir-être, savoir-faire).

Finalement, pour (Dadoy, 1998), la présence d'une innovation sociale par opposition à la notion de changement, se mesure non par son caractère novateur, mais bien par l'étendue des changements au sein de l'unité de travail ou de l'entreprise, et leur profondeur. Dans la même veine, l'importance des changements en matière d'organisation du travail pourrait s'exprimer à travers la modification du cadre institutionnel. Celle-ci serait alors révélatrice de la présence d'une innovation sociale, au-delà de la simple modification de l'organisation du travail. En effet, (Brooks, 1982, Dadoy, 1998, Kozlowski, et al. 1987) soulignent que la mise en œuvre d'innovations sociales en entreprise exige forcément de revoir les mécanismes de contrôle, notamment d'adapter les pratiques de gestion des ressources humaines.

1.4.2- Quelques définitions du concept innovation sociale

La définition proposée par l'OCDE¹ dans le manuel d'Oslo (2005) : « Une innovation est la mise en œuvre d'un produit (bien ou service) ou d'un procédé nouveau ou sensiblement amélioré, d'une nouvelle méthode de commercialisation ou d'une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques de l'entreprise, l'organisation du lieu de travail ou les relations extérieures et lui conférant un avantage concurrentiel ».

Le Réseau québécois pour l'innovation sociale (RQIS) définit l'innovation sociale comme « toute approche, pratique, intervention ou encore tout produit ou service novateur ayant trouvé preneur au niveau des institutions, des organisations ou des communautés et dont la mise en œuvre résout un problème, répond à un besoin ou à une aspiration ».

La définition la plus conforme aux critères précédents, et qui rappelle celle du réseau Québécois, demeure encore, selon nous et malgré ses imperfections, celle de (Bouchard, 1999, p.2): « par innovation sociale, on entend toute nouvelle approche, pratique ou intervention ou encore tout nouveau produit mis au point pour améliorer une situation ou

¹L'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) a pour mission la promotion des politiques qui amélioreront le bien-être économique et social partout dans le monde.

résoudre un problème social et ayant trouvé preneur au niveau des institutions, des organisations, des communautés ». C'est cette perception de l'innovation sociale qui sera prise en compte dans notre étude.

L'innovation sociale peut être vue comme un concept opératoire dans l'analyse de la dynamique sociale, de son évolution, de ses crises et de ses transformations. Dans ce cadre, l'économie sociale et solidaire, et vu sa mission sociale visant à répondre aux besoins sociaux, apparaît comme un terrain fertile pour l'exploration du concept d'innovation sociale. Elle regroupe des entreprises et des organisations qui développent des manières de faire à la fois similaires et différentes de celles de l'économie publique ou privée.

1.4.3- Innovation sociale et économie sociale et solidaire (ESS)

Dans le cadre de l'ESS, l'innovation sociale donne lieu à deux conceptualisations différentes (Lévesque, 2011). Selon la première, l'innovation sociale est prise dans un sens large où elle tend à s'identifier à l'économie sociale et solidaire. Dans cette perspective, les acteurs sociaux et les pouvoirs publics considèrent que toute innovation peut devenir sociale (nouveau produit ou nouveau service, nouveau procédé, nouvelle technologie et nouvelle approche, nouvelle clientèle ou nouveaux usagers, nouvelle forme organisationnelle et nouvelle forme institutionnelle), si elle est orientée explicitement vers des finalités sociales, notamment la cohésion et l'insertion sociale. L'innovation sociale ainsi entendue comprend sans doute de nouvelles formes organisationnelles et de nouvelles formes institutionnelles, mais également des innovations technologiques.

Selon la seconde conception, soit celle de l'innovation sociale prise dans un sens strict (Bouchard & Lévesque, 2011), les innovations sociales résultent principalement de rapports sociaux nouveaux, à travers des formes organisationnelles ou institutionnelles nouvelles. Sous cet angle, l'innovation sociale peut exister dans toutes les formes d'entreprise et d'organisation (économie sociale, entreprise publique, entreprise capitaliste) où l'on retrouve de nouvelles modalités de régulation et de coordination de l'activité qui ont réussi à se diffuser.

Dans l'économie sociale et solidaire, il existe un lien étroit entre les innovations sociales au sens large et les innovations sociales au sens étroit. En effet, les innovations sociales au sens large ne peuvent s'imposer largement sans innovations sociales au sens strict, sans de

nouvelles formes organisationnelles et de nouvelles formes institutionnelles. Dans cette perspective, même si l'innovation sociale au sens strict peut exister dans toutes les formes d'entreprise et d'organisation, l'économie sociale et solidaire révèle un potentiel généralement plus élevé que les autres puisqu'on y retrouve généralement aussi bien des innovations sociales au sens large que des innovations sociales au sens strict (Lévesque, 2006 et 2004).

A ce titre, « toute une revue de littérature souligne l'importance de la capacité de ceux qui sont impliqués dans la découverte d'opportunités et la poursuite d'objectifs sociaux.... La poursuite réussie de la mission des entrepreneurs sociaux exige qu'ils effectuent efficacement une variété d'activités –certaines innovantes et certaines résolument banales » (Debbagh Bouchra & Khassal Hicham, 2018)

Ainsi, les activités de l'économie sociale et solidaire sont effectivement orientées vers des finalités sociales et d'intérêt collectif conformément à l'innovation prise au sens large, alors que leur forme organisationnelle (modalité de coordination misant sur la participation) et leur forme institutionnelle (modalité de régulation en termes de répartition du pouvoir et des surplus) favorisent non seulement l'interaction et la circulation de l'information, mais aussi la délibération et la négociation des parties prenantes (Laville, 2007).

En somme, l'innovation sociale, telle qu'elle existe dans l'économie sociale et solidaire, se distingue clairement des innovations technico-économiques orientées exclusivement vers le marché. Si ces dernières ont été définies par (Schumpeter, 1950) comme des « destructions créatrices », les innovations sociales se manifestent en continuité avec les deux conceptions exposées précédemment tantôt comme des innovations réparatrices (réparant les dégâts des « destructions créatrices »), tantôt comme des innovations transformatrices orientées vers un autre modèle de développement. Ce qui est commun aux innovations réparatrices et aux innovations transformatrices, c'est d'être non pas des « destructions créatrices » mais des « innovations créatrices » qui répondent à des besoins non satisfaits ou mal satisfaits et qui intègrent les conséquences sociales de leurs activités à partir notamment de la participation mieux reconnue des parties prenantes.

1.5. Les déterminants de l'innovation sociale

L'innovation sociale est un concept équivoque et selon le chercheur qui s'y intéresse, elle rend compte de réalités différentes. Sur la base d'un examen de la littérature autour de



l'innovation sociale et du tourisme durable (Cloutier, 2003), nous privilégions la définition de l'innovation sociale qui porte sur une activité économique au profit d'une finalité sociale.

Afin de dégager les déterminants de l'innovation sociale et les caractéristiques qui lui sont propres, nous avons répertorié et examiné les études qui présentent une définition implicite ou explicite de la notion d'innovation sociale. Celles-ci distinguent quatre grandes dimensions d'analyse : la forme ; le caractère novateur et l'objectif général poursuivi ; la cible des changements ; le processus de création, de mise en œuvre et les résultats obtenus.

Aussi, et en nous appuyant sur cette grille de lecture, les déterminants de l'innovation sociale retenus dans cette étude sont: la forme, le processus, les acteurs et l'objectif du changement. Ces déterminants devraient contribuer à l'essor d'un tourisme durable respectant ses fondements environnementaux, économiques et sociaux.

1.5.1- La forme de l'Innovation sociale dans le tourisme durable

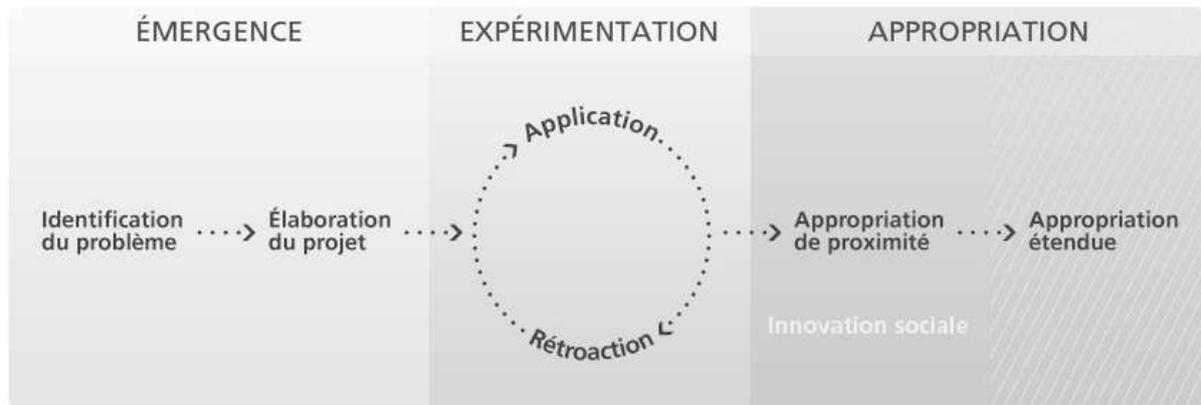
L'innovation sociale dans le tourisme durable prend une forme intangible. Elle fait référence aux pratiques, aux services, aux « façons de faire », à l'organisation sociale de l'action (des activités / des rôles / du travail), aux législations. De façon générale, l'innovation sociale n'est pas un objet clairement défini dont les caractéristiques intrinsèques lui permettraient de répondre au titre d'innovation sociale, elle peut prendre des formes variées qui ne partagent pas des caractéristiques communes.

1.5.2- Processus de l'innovation sociale

Le processus de l'innovation sociale est caractérisé par la participation et la coopération d'une diversité d'acteurs, par l'échange et la création de connaissances et d'expertise et par la participation des citoyens et l'intégration des acteurs publics.

Ce processus distingue trois phases: l'émergence (identification d'un problème, investigation et élaboration d'une réponse), l'expérimentation (application et adaptation éventuelle de la réponse) et l'appropriation (mise en pratique effective qui conduit à « l'institutionnalisation » de l'innovation sociale). L'accent est mis sur la nécessité de regrouper les acteurs (organismes de financement, experts, bénéficiaires, etc.) à travers des alliances pour accompagner le processus, enrichir et consolider le projet, accroître sa crédibilité et son ancrage dans le milieu.

Figure 2 : Processus d'innovation sociale



Source : Réseau québécois en innovation sociale (RQIS) / Université du Québec

- **Identifier un besoin social** perçu comme important, mal satisfait et urgent : c'est l'élément déclencheur de l'innovation. Construire un diagnostic approfondi du problème et identifier ses causes profondes.
- **Formuler une idée de réponse à ce besoin social.** La génération d'une idée nouvelle s'appuie sur l'expérience et les idées de nombreuses sources qu'il s'agit de croiser : les personnes concernées par ce besoin social, les professionnels déjà impliqués dans la prise en charge du problème, les expériences innovantes mises en œuvre dans d'autres pays...
- **Tester la pertinence de la réponse proposée,** à travers l'élaboration de prototypes ou la mise en place d'un programme pilote à petite échelle. Les enjeux de cette étape sont cruciaux : arbitrage entre la nécessité de s'appuyer sur une méthode d'évaluation rigoureuse, et celle de maintenir les coûts et la durée de l'expérimentation à un niveau raisonnable ; ouverture au feedback des utilisateurs et des spécialistes.
- **Lancer l'innovation** et provoquer un changement structurel dans la société. C'est le but ultime de l'innovation sociale. Il implique la combinaison de nombreux éléments, qui sont souvent : un mouvement social de fond favorable à cette innovation, un modèle économique solide, un changement législatif destiné à donner une dimension nationale au modèle, des infrastructures adaptées, l'acquisition par l'ensemble des acteurs de la société de nouvelles façons de penser et de faire. Les acteurs impliqués

dans cette étape sont donc nécessairement à la fois les entreprises, l'Etat et les collectivités territoriales, les citoyens.

1.5.3- Acteurs du tourisme durable

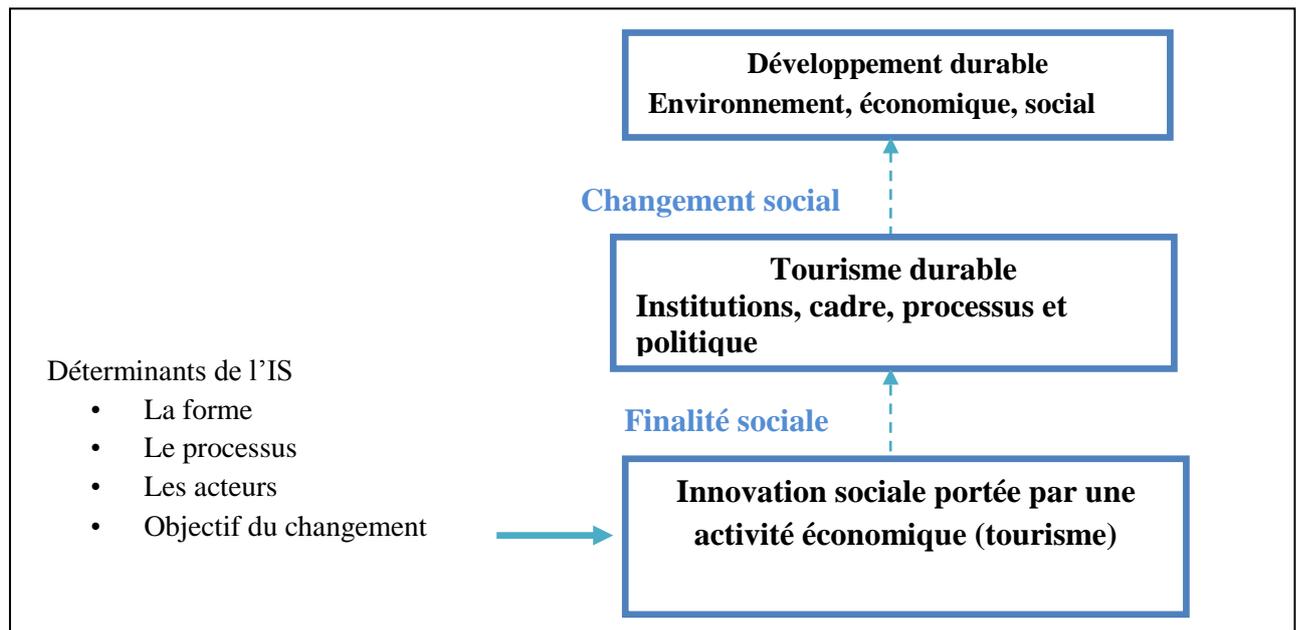
Les innovations sociales sont le produit d'interactions entre acteurs multiples. Le Réseau Québécois en innovation sociale (RQIS) distingue quatre catégories d'acteurs : les porteurs de projets, qui créent des alliances (notamment entre chercheurs et organisations sociales) pour susciter et promouvoir l'innovation sociale ; les bailleurs de fonds, publics ou privés ; les partenaires de soutien, qui ont pour rôle d'accompagner, de promouvoir, de documenter, d'évaluer, de transférer des connaissances (ici aussi, les chercheurs peuvent jouer un rôle) ; les preneurs, qui sont les bénéficiaires ultimes qui s'approprient l'innovation et participent à son développement.

1.5.4- Objectif du changement

L'objectif général que poursuit l'innovation sociale consiste non seulement à résoudre les problèmes sociaux, mais également à répondre à une aspiration. L'innovation sociale ne fait donc pas forcément que référence à la notion de « résolution de problèmes ». Néanmoins, l'innovation sociale serait reconnue en raison des conséquences sociales positives qu'elle entraîne, c'est-à-dire des changements positifs qu'elle produit sur un territoire déterminé. Ce serait donc une « nouvelle façon d'agir » qui contribuerait, tantôt à résoudre les problèmes économiques et sociaux, tantôt à améliorer la qualité de vie et aussi à prévenir les problèmes sociaux.

Le schéma suivant illustre la contribution et la portée de l'innovation sociale sur le tourisme durable :

Figure 3 : Contribution et portée de l'innovation sociale sur le tourisme durable



Source : Auteurs

2- Les déterminants de l'innovation sociale : quelle approche pour le tourisme durable dans la région Fès-Meknès ?

2.1 - Caractéristiques du tourisme durable dans la région Fès-Meknès

Ces dernières années, le tourisme durable au Maroc suscite un certain intérêt de la part des pouvoirs publics qui affichent leur volonté de promouvoir un tourisme responsable qui respecte son environnement naturel, tout en valorisant son patrimoine culturel, matériel et immatériel.

Ainsi, le Maroc s'est doté d'une stratégie du tourisme « vision 2020 », qui a pour ambition de promouvoir le pays en tant que destination touristique authentique à forte valeur ajoutée, mais aussi et surtout en accordant au développement durable une place de choix conformément à une démarche volontariste de préservation, de conservation et de mise en valeur des patrimoines culturels et naturels du pays. Cette stratégie a considéré le principe de durabilité, à tous les niveaux du cycle de vie du produit touristique : que cela concerne le monitoring et le suivi de la durabilité, l'intégration des considérations environnementales dans les référentiels touristiques, la sensibilisation et la valorisation des initiatives, la promotion et la communication. Aussi, des outils de sensibilisation et d'encouragement d'idées et d'initiatives ont été mis en place, les exemples de ces outils sont multiples : la création des

Trophées Maroc du tourisme durable, la mise en œuvre du guide du voyageur responsable, ou encore l'introduction des labels "Clef verte" pour les hôtels et "Pavillon bleu" pour les plages.

La région Fès-Meknès recèle des potentialités et des atouts touristiques remarquables pouvant jouer un rôle important dans la vie économique et sociale. En effet, le tourisme de la région est essentiellement un tourisme culturel qui se distingue par son patrimoine historique et architectural de renommée internationale.

La région dispose également d'un riche capital naturel, culturel et historique susceptible de constituer un levier de développement du tourisme. On peut distinguer trois principales zones: la zone des montagnes, les stations thermales, les villes traditionnelles et les sites historiques. La région de Fès-Meknès dispose de 335 établissements d'hébergement touristique classés, dont la capacité litière totale s'élève à 19.044 lits (CRI, 2016).

Tableau 1 : Les principaux indicateurs touristiques de la région Fès-Meknès

Fès-Meknès	Arrivées			Nuitées			Taux %	
	2014	2015	%	2014	2015	%	2014	2015
	615442	577400	-6	1228580	1130000	-8	32	30

Source : Délégation Régionale du Tourisme, 2016

Selon le Conseil Régional du Tourisme (CRT) de Fès, l'activité touristique a maintenu la cadence de croissance entamée depuis le début de l'année avec une progression de 39% des arrivées de touristes à Fès à fin 2017. En chiffres, plus de 900.000 nuitées ont été enregistrées durant l'année 2017, contre 600.473 nuitées en 2016.

La Région Fès-Meknès possède un potentiel naturel exceptionnel, par sa diversité géographique et bioclimatique, par son potentiel culturel matériel et immatériel. Tout ceci peut constituer une nouvelle niche de produits touristiques. Ce tourisme qu'on peut qualifier de durable doit exploiter toutes les potentialités dont dispose cette région, à savoir un paysage remarquable et diversifié, une abondance des produits du terroir de qualité, un art culinaire authentique et très divers, des sites de grande valeur historique, un artisanat artistique authentique et un savoir-faire paysan dans tous les domaines.

2.2 - Portée de l'innovation sociale sur le tourisme durable dans la région Fès-Meknès : cas du projet « Ziyarates –Fès »

L'introduction de l'innovation sociale dans le cadre du développement du tourisme durable est générée à travers la recherche des besoins sociaux non satisfaits. C'est dans ce sens que les innovations sociales sont devenues un enjeu stratégique pour le secteur touristique lui permettant d'assurer sa durabilité et de s'orienter vers un tourisme plus responsable.

En nous référant à notre grille de lecture sur les déterminants de l'innovation sociale qui se comptent au nombre de quatre, nous allons dans la suite de ce papier, essayer de valider notre approche conceptuelle en nous appuyant sur le secteur du tourisme durable et plus précisément sur un programme touristique socialement innovant dans la région Fès- Meknès, nommé « Ziyarates Fès ».

Le tableau suivant présente les principaux déterminants de l'innovation sociale que nous allons tester dans le cadre du tourisme durable : la forme de l'innovation, le processus à suivre, les acteurs concernés et l'objectif du changement.

Tableau 2 : Innovation sociale dans le tourisme durable

Les déterminants de l'innovation sociale			
Forme	Processus	Acteurs	Objectif du changement
Immatérielle : - Action - Pratique - Nouvelle façon de faire les choses - Nouveaux services - Nouvelle forme d'organisation	Processus participatif : - Identification du problème - Elaboration du projet - Expérimentation - Appropriation	- Participation des citoyens - Organismes publiques - Société civile - Entreprises privées - Partenariat	- Nouvelles structures sociales - Résoudre des problèmes sociaux - Répondre aux besoins sociaux - Répondre à une aspiration - Meilleure qualité de vie

Source : Adapté par les auteurs

Notre étude exploratoire nous a permis de constater que le projet « Ziyarates- Fès » permet de faire connaître aux visiteurs des pratiques sociales, des rites et traditions qui seraient difficiles

d'accès autrement. Il permet également le soutien d'une population défavorisée qui, en hébergeant des touristes, améliore sa condition économique tout en faisant découvrir à « ses invités » la vie locale authentique dans un esprit d'échange interculturel.

Alors quels ont été les déterminants de l'innovation sociale du projet Ziyarates- Fès ?

2.2.1- Sa forme

Elle prend une forme immatérielle, c'est un nouveau service. Il s'agit du logement chez l'habitant, c'est un hébergement touristique qui accueille les visiteurs au sein d'une famille de la Médina de Fès. Ces familles mettent à disposition une ou plusieurs chambres de leur maison avec un confort adapté qui permet aux hôtes une découverte de la vie locale et des habitants, dans un esprit d'échange interculturel.

2.2.2- Son processus

Le projet Ziyarates Fès s'est particularisé par la participation des différents acteurs au processus et ce, de la prise de conscience du besoin, à la conception du projet jusqu'à sa mise en œuvre. Ce projet a porté sur les trois phases suivantes :

- **Phase d'émergence** : se divise en deux étapes plus ou moins distinctes :
 - identification du problème social : les différents acteurs ont constaté qu'il existe un patrimoine culturel et immatériel non exploité au niveau de la ville de Fès à côté des familles défavorisées de l'ancienne médina qui désirent sauvegarder leur demeure.
 - élaboration d'une réponse : la génération d'un nouveau produit touristique, le logement chez l'habitant.
- **Phase d'expérimentation** : il s'agit de la mise en place d'un projet pilote, c'est le programme touristique solidaire Ziyarates Fès.
- **Phase d'appropriation** : c'est le lancement du programme. Cette phase a comporté plusieurs étapes :
 - sensibilisation des parties prenantes autour du projet ;
 - établissement d'une convention avec l'INDH (initiative nationale de développement humain) pour la mise à niveau de 30 maisons aux normes internationales du tourisme ;
 - formation de 30 familles défavorisées aux métiers du tourisme, à la maîtrise de l'aspect sécuritaire et à l'accompagnement dans les activités touristiques;
 - mise en réseau des 30 familles bénéficiaires ;

- répartition d'un label qualité Ziyarates Fès, matérialisé par une plaque de signalisation au profit des familles membres du réseau ;
- mise en place de supports de communication (site internet,..) pour la promotion du projet ;
- commercialisation du nouveau produit touristique.

2.2.3- Ses acteurs

Ce projet socialement innovant a associé plusieurs types d'acteurs diversifiés :

- Le Conseil Régional du Tourisme, a mis en place des procédures permettant le contrôle de la qualité et est responsable de la promotion.
- L'Agence de Développement Social a mis en place une formation complète des familles d'accueil.
- La Wilaya de la Région Fès-Meknès, appuie la démarche Ziyarates Fès qui se réalise sous son égide.
- Le District Urbain de Fès Médina, a veillé à l'exécution des travaux de restauration et de mise à niveau des 30 maisons sélectionnées.
- L'Union des Associations et Amicales Humanitaires de Fès Médina est responsable de la Gestion et de la réservation.

2.2.4- Son objectif du changement

Ce projet vise à soutenir une population défavorisée qui, en hébergeant des touristes, améliore sa condition économique tout en faisant découvrir aux touristes la vie locale authentique dans un esprit d'échange interculturel. L'objectif de changement est d'associer le tourisme au développement humain et de mettre en place des activités génératrices de revenus dessinant un avenir prometteur aux jeunes des familles d'accueil ; ainsi que de participer à la sauvegarde du patrimoine matériel et immatériel de la ville par la sauvegarde de la culture locale en encourageant les habitants porteurs de cette culture à rester à la Médina en préservant leur maison familiale.

Conclusion

Le projet « Ziyarates-Fès » paraît répondre aux déterminants d'un projet socialement innovant aussi bien au niveau de sa forme et son processus de mise en œuvre, qu'au niveau de la participation de ses parties prenantes et son objectif du changement. En effet, nous relevons que l'innovation sociale peut jouer un rôle capital dans l'essor du tourisme durable, elle constitue une voie d'entrée vers un développement durable de par les principes qui la fondent: engagement et modèle de gouvernance ; principe de double qualité environnementale et sociétale - qualité de l'action, du travail et du produit. Ainsi, il y a plusieurs raisons pour soutenir et appuyer l'innovation sociale :

- L'innovation sociale a permis de mettre en œuvre des solutions plus efficaces, plus justes et plus durables que celles existantes, à des problèmes sociaux de plus en plus complexes;
- Elle a produit un bénéfice pour l'ensemble de la société et non seulement pour certains individus;
- Elle a augmenté la capacité d'agir des collectivités;

L'adoption d'une conception forte de l'innovation sociale, c'est non seulement reconnaître que l'innovation sociale dans le tourisme durable garantit la réduction de l'impact de l'activité touristique sur l'environnement, l'amélioration de l'engagement des clients sur les enjeux du développement durable (tout en fournissant des biens et des services afin de répondre à des besoins non satisfaits), mais c'est également reconnaître la dimension institutionnelle, c'est-à-dire le rôle primordial des acteurs du tourisme durable (acteurs directs, indirects, institutions, administrations et société civile, etc.) dans le soutien de ce type d'innovation. « Ainsi, un projet possède un nombre important de parties prenantes qui doivent être impliquées afin d'assurer le succès du projet » (Aimad El Hajri & Solange Dabone, 2019).

Par conséquent, la prise en compte de la nécessité de soutenir l'innovation sociale dans le secteur du tourisme durable repose d'une part sur l'implication des parties prenantes, d'autre part sur la mise en place des dispositifs en termes de sensibilisation, de renforcement, d'accompagnement et de financement des projets. Le tourisme durable, phénomène complexe et transversal, nécessite donc une approche intégrée et systémique.

Bibliographie

Babou, I. & Callot, F. (2007), Les dilemmes du tourisme, Vuibert, Gestion internationale.

Béji-Becheur, A. & Bensebaa, A. (2006). Institutionnalisation et rationalisation des pratiques de RSE. Finance Contrôle Stratégie – Volume 10, n° 2, juin 2007, p. 63 – 95.

Benoît, L. (2011). Innovations sociales et pouvoirs publics : vers un système québécois d'innovation dédié à l'économie sociale et solidaire. Quelques éléments de problématique. Cahiers du Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES), Collection Études théoriques - no ET1106.

Bouchard, M. & Lévesque, B. (2011). Économie sociale et innovation. L'approche de la régulation, au cœur de la construction québécoise de l'économie sociale. Montréal Cahier du CRISES no ET1104.

Bramwell, B. & Bernard, L. (2008). Priorities in Sustainable Tourism Research. Journal of Sustainable Tourism , vol. 16, n o 1, p. 1-4.

Brooks, H. (1982). Social and technological innovation. Managing innovation: the social dimensions of creativity, invention and technology. New York: Pergamon Press.

Buchegger, B. & Ornetzeder, M. (2000). Les innovations sociales sur la voie du développement durable. Conférence ESEE, Vienne.

Cloutier, J. (2003). Qu'est-ce que l'innovation sociale ? Cahier du CRISES, collections études théoriques n° ET0314.

CRI (Centre Régional d'Investissement), 2016. Monographie de la région Fès-Meknès. Disponible en ligne <http://www.region-fes-meknes.ma/publications/monographie-de-la-region-fes-meknes/> , Consulté le 12 avril 2018.

Dadoy, M. (1998). L'innovation sociale, mythes et réalités : l'innovation en question. Éducation Permanente, vol.134, p.41-53.

Debbagh, B & Khassal, H (2018) l'entrepreneuriat social et l'entreprise sociale : quelles voies pour la recherche future ? **RCCA** (n° 6 septembre 2018/Volume 3: n°2)

Dodds, R., & Butler, R. W. (2010). Barriers to implementing sustainable tourism policy in mass tourism destinations. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 35–53.

Drucker, P.F. (1985), Innovation and entrepreneurship: practice and principles Classic, Drucker Collection.

ElHajri A, & Dabone S, (2019) l'implication des parties prenantes dans l'implantation d'un projet de développement : cas de la mise en œuvre des infrastructures sur le site de l'université Ouaga II ; *Revue internationale des sciences de gestion* , **RISG** n°2 /Janvier 2019

Gordon, R. (1989). Les entrepreneurs, l'entreprise et les fondements sociaux de l'innovation. *Sociologie du travail*, vol.31, no.1, p.107-124.

Kozlowski, W. (1987). Technical innovation and strategic HRM: Facing the challenge of change. *Human Resource Planning*, vol.10, no.2.

Lansing, P. & De Vries, P. (2006). Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy. *Journal of Business Ethics*, 72, 1, 77-85.

Laville, J. L. (2007). *L'économie solidaire. Une perspective internationale*, Hachette Littératures, 383 p.

Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development : a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 11, n° 6, p. 459-475.

McCool, S. F., Moisey, N, & Nickerson, N. P. (2001) What Should Tourism Sustain? The Disconnect with Industry Perceptions of Useful Indicators. *Journal of Travel Research*, 40, 124-31.

Moldan, B. (1996). A Proposal for a Set of Aggregated Indicators of the Environmental Dimension of Sustainability. Germany: Springer, in cooperation with NATO Scientific Affairs Division, NATO ASI Series, vol. 6, 373 p.

OMT (Organisation mondiale du tourisme), 2004, « Définition du tourisme durable », Ministère de l'Artisanat, du Commerce et de l'Industrie, France, <<http://www.veilleinfotourisme.fr/definition-du-tourisme-durable-definition-of-sustainable-tourism--28077.kjsp>>, consulté le 12 avril 2018.

Pot, F.D. & Vaas, F. (2008). Social innovation: the Dutch experience: integrating productivity, innovation, employment and flexibility. *Personalführung*, Vol. 7, pp.40–46.

Revéret, J. & Gendron C. (2003) Les développements durables : voyage au cœur des représentations sociales. *Les Cahiers du 27 juin*, Premier numéro, février 2003, p. 63-67.

Roberts, S. J. & Tribe, J. (2008). Sustainability Indicators for Small Tourism Enterprises – An Exploratory Perspective. *Journal of Sustainable Tourism* 16(5):575-594.

Rouxel, F. & Rist, D. (2000). *Le développement durable, approche méthodologique dans les diagnostics territoriaux*, éd. CERTU, p. 15.

Saarinen, V.M. (2004). Productivity and quality of work with the Bräcke and Ecoplanter planting machines. *NSR Conference on forest operations 2004 – Proceedings*. *Silva Carelica* 45: 57–63.

Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*.

Swyngedouw, A. (1987). Social innovation, production organization and spatial development: The case of Japanese style manufacturing. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, no.3, p.487-509.