

CRITÈRES D'ÉXIGENCE	
ATR	TRAVELIFE
1. TRANSPARENCE ET SENSIBILISATION	
<p>TR – 1</p> <p>Informier le client des engagements pris par la direction de l'entreprise dans le cadre de la démarche ATR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation sur un support de communication de la teneur des engagements, notamment en lien avec des critères « COHERENCE » • Présentation sur un support de communication de l'engagement ATR (obtenu et en voie d'obtention) • Communication claire si engagement d'une seule filiale • Diffusion du cahier des charges 	<p>1.14</p> <p>Communication</p> <p>La politique durable est accessible à tous les employés, fournisseurs et au grand public via le site de la structure (si un site web n'existe pas, le faire par d'autres moyens).</p> <p>1.25</p> <p>Rapport public</p> <p>La clé du développement durable est de rendre son rapport public tous les deux ans et qu'il soit disponible sur le site de l'organisme.</p> <p>10.12</p> <p>Engagement en matière de développement durable</p> <p>Les clients sont clairement informés de la participation et/ou de la certification de la société par Travelife ainsi que leurs engagements et actions en matière de développement durable.</p>
<p>TR – 2</p> <p>Bonnes pratiques du Tourisme Responsable</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation sur un support de communication des grands principes du Tourisme Responsable • Diffusion de la charte éthique du voyageur • Mention sur le modèle économique du tour opérateur sur au moins un support de communication 	<p>4.14</p> <p>Information sur le développement durable</p> <p>Les consommateurs sont informés sur les aspects et les enjeux clés du développement durable dans la destination et reçoivent des recommandations sur une contribution positive possible (ex : limitation de l'utilisation des ressources et des déchets, souvenirs illégaux, coutumes locales, code vestimentaire, initiatives à soutenir).</p>

	<p>5.9 Produits durables L'organisme intègre et/ou promeut, minimum un, séjour durable (produit ou package), basé sur une méthodologie reconnue (incluant les transports responsables, les hébergements responsables et les activités responsables).</p> <p>10.17 Code de conduite de destination Les clients sont informés des aspects majeurs responsables et des issues de la destination et reçoivent des recommandations sur une contribution positive possible (ex : limitation de l'utilisation des ressources et des déchets, souvenirs illégaux, coutumes locales, code vestimentaire, initiatives à soutenir).</p> <p>10.21 Code de conduite d'activité Les clients reçoivent leurs documents guides et/ou les codes de conduites pour les excursions et activités sensibles en ordre de priorité et sont informés sur l'impact négatif des visiteurs des flux de visiteur. La ligne de conduite est basée sur les bonnes pratiques nationales et internationales et sur les us et coutumes locales.</p>
<p>TR – 3 Informé le client sur les enjeux liés à la destination</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation sur un support de communication des us et coutumes locales pour l'ensemble des destinations • Présentation sur un support de communication d'autres informations nécessaires pour une bonne application de la charte éthique du voyageur 	<p>10.6 Information sur la destination, qualité L'information sur la destination, incluant des aspects du développement durable, est de facto correcte, équilibrée et complète.</p> <p>10.17 Code de conduite de destination Les clients sont informés des aspects majeurs responsables et des issues de la destination et reçoivent des recommandations sur une contribution positive possible (ex : limitation de l'utilisation des ressources et des déchets, souvenirs illégaux, coutumes locales, code vestimentaire, initiatives à soutenir).</p>

	<p>10.21 Code de conduite d'activité Les clients reçoivent leurs documents guides et/ou les codes de conduites pour les excursions et activités sensibles en ordre de priorité et sont informés sur l'impact négatif des visiteurs des flux de visiteur. La ligne de conduite est basée sur les bonnes pratiques nationales et internationales et sur les us et coutumes locales.</p>
<p>TR – 4 Bonnes pratiques destinations fragiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identification des pays et/ou zones fragiles : justification • Présentation sur un support de communication des problématiques sociale et/ou environnementales et/ou culturels identifiés • Présentation sur un support de communication des bonnes pratiques à mettre en œuvre au cours du voyages 	<p>7.1 Inventaire des excursions sensibles proposées au sein des destinations L'entreprise alimente un répertoire des excursions sensibles pour l'environnement ou la culture et les propose dans chaque destination. Cela inclut des excursions directement proposées par l'entreprise ou par les prestataires de services locaux (agences partenaires ou hébergements).</p> <p>7.4 Distribution de codes de conduite / directives pour les excursions ou activités sensibles Les prestataires d'excursions ou d'activités sensibles, qui sont intégrés dans des packages ou proposées par des partenaires locaux, reçoivent et mettent en place des directives et/ou codes de conduite afin de minimiser l'impact négatif du touriste et de maximiser le divertissement. Les directives sont développées en collaboration et avec le consentement des ONGs importantes et de la communauté concernée.</p> <p>10.18 Santé et sécurité Les consommateurs sont informés par rapport aux risques et aux précautions en lien avec les questions de santé et de sécurité dans la destination.</p>

	<p>10.22 Exploitation sexuelle Les clients sont informés sur le commerce sexuelle ou autres formes d'exploitation et harcèlement, spécialement sur les enfants et adolescents.</p> <p>10.23 Souvenirs illégaux Les clients sont informés sur la législation applicable concernant l'achat ou la vente, de l'import ou de l'export d'objet historique ou religieux et élément de la flore et/ou faune endémique contenant des matériaux menacés, de la destination.</p>
<p>TR – 5 A leur retour, interroger les clients sur les aspects liés au Tourisme Responsable du voyage Utilisation du question satisfaction client / questions ATR</p>	<p>1.26 Politique durable et relation publique L'organisme permet et facilite le bon fonctionnement des questions et des retours des clients et aux parties intéressés. Il y a des indications claires sur le site web de l'organisme, sur la manière de les contacter pour effectuer ces démarches.</p> <p>10.24 Développement durable et satisfaction des clients Le développement durable est une part intégrante de la recherche de la satisfaction des clients.</p>
<h2>2. PARTENARIAT</h2>	
<p>PAR – 1 Effectuer une analyse de ses différents prestataires pour les classer par ordre de priorité et préciser la durée du partenariat avec chacun d'entre eux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outil analyse des prestataires renseigné • Les prestataires sont classés par ordre de priorité 	<p>4.1 Inventaire des partenaires clés Sur la base d'un inventaire de ces principaux partenaires, l'entreprise a développé et mise en place une politique pour améliorer l'aspect responsable de ses partenaires (agents locaux/tours opérateurs). Ceci devrait inclure la motivation des partenaires existants ainsi que la sélection de nouveaux partenaires.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • L'outil est utilisé de manière cohérente • L'opérateur met à disposition tous les documents nécessaires permettant d'échantillonner les fournisseurs en fonction du pays et du chiffre d'affaires 	<p>6.3 Hébergements certifiés La préférence est donnée aux hébergements qui travaillent avec des certifications reconnues mondialement (ex : reconnues par le GSTC) et/ou une certification Travelife (prenant en compte les critères de prix et de confort).</p> <p>7.1 Excursions proposées Les organismes ont des inventaires sur la sensibilité des excursions environnementales et culturelles qui sont proposées dans chaque destination. Cela inclus les excursions offertes par les organismes partenaires locaux aux clients (agence partenaire et/ou hébergements).</p> <p>7.6 Excursions certifiées Lorsque c'est possible, la préférence est donnée aux excursions opérant sur la base de normes responsable reconnues et contrôlées.</p>
<p>PAR – 2</p> <p>Mettre en place une convention de partenariat avec ses réceptifs / ses TO. Cette convention décrit clairement les engagements des deux parties en matière de collaboration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une convention de partenariat est établie pour tous les réceptifs prioritaires • Une convention de partenariat allégée est établie uniquement pour les réceptifs ne recevant que très peu de voyageurs • En cas d'absence de convention de partenariat, preuve de la transmission au réceptif des conditions de collaboration 	<p>4.3 Conditions contractuelles Les clauses de responsabilité principales sont incluses dans les contrats avec les agences partenaires (ex : exploitation des enfants, lutte contre la corruption, gestion des déchets et protection de la biodiversité). En cas d'absence de contrat écrit, ces clauses sont communiquées et documentées autrement (ex : via la politique sur le site Web de l'entreprise, la correspondance, etc.)</p> <p>4.9 Contrats Des contrats écrits avec les agences partenaires existent et visent à des relations durables.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Les conventions de partenariat et/ou preuves de transmission des conditions de collaboration couvrent les thématiques définies par le cahier des charges 	
<p>PAR – 3</p> <p>Faire un bilan annuel avec ses réceptifs, au minimum les prioritaires</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation de documents support qui permettent d’élaborer au minimum un bilan annuel avec les réceptifs prioritaires • Présentation au minimum d’un bilan annuel pour les réceptifs prioritaires • Thématiques obligatoires du bilan annuel : problématiques liées au Tourisme Responsable + Qualité partenariale présentes 	<p>4.2</p> <p>Communication aux partenaires</p> <p>Les partenaires principaux sont informés de la politique de développement durable des entreprises et sont censés la respecter (quand c’est pertinent).</p>
<p>PAR – 4</p> <p>Echanger avec les réceptifs, au minimum les prioritaires, afin d’identifier avec eux leurs problématiques en matière d’accompagnement et de suivi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation d’enregistrement des échanges avec les réceptifs • Les échanges en matière d’accompagnement et de suivi sont effectués au minimum pour tous les réceptifs prioritaires 	<p>4.9</p> <p>Contrats</p> <p>Des contrats écrits avec les agences partenaires existent et visent à des relations durables.</p>
<p>PAR – 5</p> <p>Echanger avec ses prestataires sur les bonnes pratiques sociales et environnementales qu’ils pourraient adopter au niveau de leur structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les échanges sur les bonnes pratiques (environnementales et sociales) doivent être faits en priorité avec les prestataires prioritaires (réceptifs ou fournisseurs) • Présentation de documents supports qui permettent d’identifier les échanges qui ont eu lieu sur les bonnes pratiques sociales qui peuvent être adoptées par le prestataire au niveau de sa structure • Présentation de documents support qui permettent d’identifier les échanges qui ont eu lieu sur les bonnes pratiques 	<p>4.2</p> <p>Communication aux partenaires</p> <p>Les partenaires principaux sont informés de la politique de développement durable des entreprises et sont censés la respecter (quand c’est pertinent).</p> <p>4.4</p> <p>Formation au développement durable – motivation</p> <p>Les réceptifs principaux sont encouragés à compléter une formation de base au développement durable pour les organismes de voyage.</p>

<p>environnementales qui peuvent être adoptées par le prestataire au niveau de sa structure</p>	<p>7.4 Distribution des codes de conduite/ligne de conduite des excursions et activités sensibles Les fournisseurs des excursions et activités sensibles qui sont intégrés dans les packages ou offert à travers de partenaires locaux, reçoivent et appliquent ces documents dans un ordre de priorisation : minimiser l’impact négatif des visiteurs et maximiser le divertissement des visiteurs. Le guide de la ligne de conduite sont développées en collaboration et avec le consentement des ONGs importantes et de la communauté concernée.</p> <p>7.7 Manuels de formation et guides Des manuels de formation et autres guides sont distribués pour une gestion plus durable aux prestataires d’excursion.</p>
<p>PAR – 6 Echanger avec les réceptifs sur la sensibilisation de leurs propres fournisseurs en matière de bonnes pratiques sociales et environnementales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les échanges sur les sensibilisations des fournisseurs doivent être faits en priorité avec les réceptifs prioritaires au minimum • Présentation de documents support qui permettent d’identifier les échanges qui ont eu lieu sur les bonnes pratiques sociales qui peuvent être adoptées par le réceptif pour la sensibilisation de ses fournisseurs • Présentation de documents supports qui permettent d’identifier les échanges qui ont eu lieu sur les bonnes pratiques environnementales qui peuvent être adoptées par le réceptif pour la sensibilisation de ses fournisseurs 	<p>4.2 Communication aux partenaires Les partenaires principaux sont informés de la politique de développement durable des entreprises et sont censés la respecter (quand c’est pertinent).</p> <p>4.4 Formation au développement durable – motivation Les réceptifs principaux sont encouragés à compléter une formation de base au développement durable pour les organismes de voyage.</p>

3. COHERENCE

<p>CO – 1</p> <p>Informier le personnel des développements en termes de tourisme responsable de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none">• Présentation de documents support présentant les développements de l'entreprise en termes de Tourisme Responsable et des actions ATR• Présentation de l'information au minimum 1 fois par an : ODJ, feuille d'émargement ou CR	<p>1.20</p> <p>Communication auprès des employés</p> <p>Les employés sont régulièrement mis au courant de la politique durable de l'entreprise en matière de développement durable, sur les activités, sur les résultats et sur les futurs développement (via des newsletters, des intranets et d'autres canaux de communication internes utilisés par l'entreprise).</p>
<p>CO – 2</p> <p>Développer et diffuser une politique de gestion environnementale au sein de l'entreprise, intégrant un plan de réduction des émissions de Co2</p> <ul style="list-style-type: none">• Présentation de la politique environnementale de l'entreprise• Preuve de la diffusion de la politique environnementale de l'entreprise	<p>1.13</p> <p>Politique de développement durable</p> <p>L'entreprise a une politique de développement durable qui reflète la structure de l'entreprise et ses activités, soutenue par la direction. Cette politique vise à une réduction des impacts négatifs sociaux, culturels, économiques et environnementaux des activités de l'entreprise, incluant les aspects de santé et sécurité des employés.</p> <p>1.14</p> <p>Communication</p> <p>La politique de développement durable des entreprises est accessible aux employés, aux fournisseurs ainsi qu'au grand public via le site internet et les autres internet de l'entreprise.</p>
<p>CO – 3</p> <p>Appliquer une politique de gestion environnementale et intégrant l'évaluation et la compensation de l'emprunte carbone de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none">• Mise en place d'actions concrètes (5 suivant le niveau) pour la gestion environnementale en fonction de la politique environnementale de l'entreprise	<p>1.15</p> <p>Plan d'actions</p> <p>La société dispose d'un plan d'action de développement durable (objectifs, actions, mesures, responsabilités et planification).</p>

- Evaluation de l'emprunte carbone de l'entreprise
- Suivi et mesure des actions mises en place

1.18

Suivi & évaluation

La société a développé des procédures documentées pour surveiller et évaluer la mise en œuvre de la politique de développement durable, les objectifs et les cibles.

3.17

Consommation énergétique et sources

La consommation énergétique pour le chauffage et l'électricité est mesurée, les sources sont indiquées et les émissions totales de gaz à effet de serre (GES) et/ou de carbone sont calculées. Différentes périodes sont comparées dans le but de réduire les émissions.

3.18

Contrôle d'énergie

Le contrôle de l'énergie du bâtiment est effectué par une entreprise certifiée et ses conseils sont mis en place.

3.20

La compensation carbone

Les émissions de Co² provenant d'une énergie fossile qui sont utilisés par les bureaux de l'organisme sont compensées.

3.50

L'émission de Co² des voyages d'affaires

Les voyages d'affaires des employés sont contrôlés (type et distance). Les émissions carbonées ou le GES sont calculés avec l'objectif de le réduire et de le compenser.

	<p>3.51 La compensation carbone des voyages d'affaires Les émissions carbone ou GES liés aux voyages d'affaires d'une équipe de l'agence sont compensés, à travers un schéma fiable disponible localement ou à travers une méthodologie.</p>
<p>CO – 4 Mettre en place des actions sociales pour les salariés, qui vont au-delà de la réglementation nationale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en place de 3 actions sociales concrètes en fonction de la politique de l'entreprise • Suivi et mesure des actions mises en place 	<p>2.21 Formation et éducation L'entreprise assure, à tous les niveaux de responsabilité, les compétences du personnel et le développement personnel de ses employés en offrant équitablement des ressources et opportunités pour le développement personnel par le biais de formation régulière, d'éducation ou par la nature et l'organisation du travail (ex : l'apprentissage par les paires, qui est d'apprendre par les autres).</p> <p>2.25 Satisfaction des employés mesurables La satisfaction des employés est régulièrement mesurée et les suggestions sont prises en compte.</p>
<p>CO – 5 Participer au développement des populations locales au niveau des zones visitées Participation à des projets de développement local sur au moins 1 site visité : financière aux actions locales</p>	<p>1.10 Dons La société apporte son soutien aux organisations de protection de la nature et/ou de développement communautaire (infrastructures, éducation, santé, assainissement) ou d'autres initiatives de développement durable au niveau local ou national. Cela peut aussi être en impliquant les dons du personnel et des clients.</p> <p>3.65 Sites culturels locaux L'organisme contribue à la protection, à la préservation et à la mise en valeur des biens, de sites et de traditions d'importance historiques, archéologiques, culturelles et spirituelles et ne fait pas obstacle à leur accès par les habitants.</p>

CRITÈRES DE PROGRÈS	
ATR	TRAVELIFE
1. TRANSPARENCE ET SENSIBILISATION	
PROG – 1 Informé le client des émissions de GES générées par son voyage, notamment aérien	10.8 Niveau d'émission carbone / GES Les clients sont informés sur les émissions carbone ou de GES de l'offre touristique avant la réservation afin de permettre aux consommateurs de le prendre en compte dans leur prise de décision.
PROG – 2 Impliquer le client dans la compensation carbone de son voyage aérien	10.12 Compensation carbone / GES pendant la réservation Les compensations GES / carbone du transport aérien sont intégrées comme une option volontaire sur le formulaire de réservation. Le paiement est acheminé par l'entreprise de voyage.
PROG – 3 Informé clairement le client sur les projets de compensation financés	10.11 Information sur la compensation carbone / GES Les clients sont informés sur les possibilités de réduction/compensation de carbone ou GES pour le transport international dans le package.
PROG – 4 Encourager le client à utiliser : - des vols directs ou des modes de transport alternatifs à l'avion - des modes de transport alternatifs à la route afin de limiter les émissions de CO ²	10.9 Transport responsable Les clients sont informés sur l'impact environnemental et des différentes options de transport pour rejoindre la destination (dans le cas où elles ne sont pas incluses dans le package). Des alternatives sont proposées pour les vols courts.

<p>PROG – 5</p> <p>Informez sur ses réceptifs locaux : qui sont-ils ? comment sont-ils structurés ?</p>	/
<p>PROG – 6</p> <p>Être transparent sur la répartition du prix de la prestation</p>	<p>10.5</p> <p>Information sur le produit</p> <p>L'information sur le produit est claire, complète et précise en ce qui concerne l'entreprise, ses produits, ses services, et ses exigences de développement durable.</p>
<p>2. PARTENARIAT</p>	
<p>PROG – 7</p> <p>Former les prestataires en fonction de besoins spécifiques identifiés quand la compétence locale n'existe pas (hygiène, gestion de groupe, gestion des secours, gestion trésorerie...)</p>	<p>4.4</p> <p>Formation au développement durable - motivation</p> <p>Les réceptifs principaux sont encouragés à compléter une formation de base au développement durable pour les entreprises du voyage.</p> <p>7.7</p> <p>Formation et conseils sur le matériel</p> <p>Les manuels de formation et autres guides orientés vers le management durable sont distribués aux fournisseurs des excursions.</p> <p>8.6</p> <p>Connaissance de la destination</p> <p>Les guides touristiques et les représentants locaux connaissent la destination incluant les aspects pertinents en matière de développement durable.</p>
<p>PROG – 8</p> <p>Mettre en place un système de suivi des dysfonctionnements liés au tourisme responsable au niveau de tous les prestataires : enregistrement et gestion de ces dysfonctionnements</p>	<p>4.2</p> <p>Communication aux partenaires</p> <p>Les partenaires principaux sont informés de la politique de développement durable des entreprises et sont censés la respecter (quand c'est pertinent).</p>

	<p>4.3 Conditions contractuelles - partenariats Les clauses de responsabilité principales sont incluses dans les contrats avec les agences partenaires (ex : exploitation des enfants, lutte contre la corruption, gestion des déchets et protection de la biodiversité). En cas d'absence de contrat écrit, ces clauses sont communiquées et documentées autrement (par exemple via la politique sur le site Web de l'entreprise, la correspondance, etc.)</p> <p>6.4 Conditions contractuelles - hébergements Les clauses de durabilités de base sont incluses dans tous les contrats avec les fournisseurs d'hébergement (ex : exploitation des enfants, la lutte contre la corruption, la gestion des déchets et la protection de la biodiversité). Dans le cas où il n'y a pas directement de contrats sur place, l'organisme a une politique obligatoire (incluant des sanctions) qui est clairement communiquée aux partenaires et/ou fournisseurs d'hébergement.</p> <p>7.8 Conditions contractuelles - excursions Les clauses de durabilités de base sont incluses dans les contrats des fournisseurs d'excursions (ex : exploitation des enfants, la lutte contre la corruption, la gestion des déchets et la protection de la biodiversité).</p> <p>10.24 Développement durable et satisfaction des clients Le développement durable est une part intégrante de la recherche de satisfaction des clients.</p>
<p>PROG – 9 Pour les pays à risque naturel ou géopolitique : informer ses réceptifs sur les risques de la mono-activité touristique</p>	<p>/</p>

<p>PROG – 10</p> <p>Mettre en place pour les réceptifs prioritaires un fonds d'urgence/prévoyance (à utiliser en cas d'urgence liée à un accident ou une interruption d'activité)</p>	<p>10.27</p> <p>Fonds de garantie</p> <p>L'entreprise participe à une garantie client ou à une caisse d'assurance (remboursement des frais de voyage en cas de faillite).</p>
<p>PROG – 11</p> <p>Compenser à 100% les émissions de la structure liées aux déplacements aériens</p>	<p>3.51</p> <p>La compensation carbone des voyages d'affaires</p> <p>Les émissions carbone ou GES liés aux voyages d'affaires des employés de l'agence sont compensés, à travers un schéma fiable disponible localement ou à travers une méthodologie.</p>
<p>3. COHERENCE</p>	
<p>PROG – 12</p> <p>Contribuer au développement de son territoire en ayant recours à des fournisseurs de proximité engagés dans l'économie sociale et solidaire</p>	<p>3.2</p> <p>Achat responsable</p> <p>L'entreprise a mis en place des politiques d'achat qui favorisent les biens et les services responsables incluant les matériaux de construction, biens d'équipement, nourriture, boissons et fournitures consommables (ex : localement produits, issus du commerce équitable, biologiques, avec une faible empreinte carbone, écolabellisés, FSC) dans la mesure où de telles options existent localement.</p> <p>3.9</p> <p>Biens et services locaux</p> <p>L'entreprise achète des biens et services locaux et durables, lorsque c'est possible.</p> <p>5.5</p> <p>Transport local</p> <p>Lors de la sélection des options de transport pour les transferts et excursions dans la destination, des alternatives plus durables sont toujours considérées et privilégiées (en tenant compte du prix, du confort et de la praticité).</p>

6.15

Cuisine locale et équitable

Les hébergements sont encouragés à acheter et à utiliser des produits alimentaires locaux qui sont produits selon les principes du commerce équitable et de la durabilité.

7.14

Soutenir les communautés locales

L'entreprise inclut ou promeut dans des forfaits auprès des clients, des excursions et des activités qui impliquent et soutiennent directement les communautés locales (en achetant des services ou des biens de l'artisanat traditionnel et des méthodes de production locales (alimentaires), en visitant des projets sociaux).

7.18

Les fournisseurs locaux

Les ingrédients alimentaires et boissons proviennent autant que possible de fournisseurs locaux.

9.7

Réseau économique local

L'entreprise soutient des initiatives qui améliorent les relations entre l'hébergement et les producteurs locaux, parmi lesquelles la production et la distribution de produits alimentaires et de souvenirs locaux, etc (ex : des initiatives pour améliorer le niveau de qualité, la logistique, le transport).

10.24

Services et biens locaux

Les clients sont motivés à utiliser les restaurants locaux et les magasins (qui sont appropriés).

<p>PROG – 13</p> <p>S’engager localement pour promouvoir le tourisme responsable auprès des plus jeunes, des dirigeants et du grand public</p>	<p>1.9</p> <p>Echanges d’expériences</p> <p>Les expériences et les meilleures pratiques en matière de tourisme durable sont partagées avec d’autres entreprises et d’autres parties prenantes (par exemple via le site Travelife).</p> <p>9.8</p> <p>Influence sur les politiques</p> <p>L’organisme influence et soutient le gouvernement local (lorsque cela est possible avec d’autres organismes et parties prenantes) concernant la durabilité ; la planification et la gestion des destinations ; l’utilisation des ressources naturelles et les questions socioculturelles. En cas de gestion et d’évolution non durables, l’entreprise en discute avec les autorités compétentes (directement ou par le biais de partenaires locaux).</p>
---	---