



Élodie MANTHÉ (USMB, IREGE),

The Unexpected Consequences Of Involving Tourists In Destination Social Responsibility Through Check-Out-Charity. The Case Of Ski Resorts In The French Alps

Alors que les touristes sont de plus en plus impliqués dans la stratégie RSE des destinations, nous étudions si le fait de leur proposer de donner à des projets locaux a un effet sur leur attitude et leur perception de l'image de la destination. Quatre entretiens avec des représentants de stations de ski, une expérimentation in situ proposant une campagne fictive de dons (n=289) et des entretiens en sortie de magasin (n=20) nous permettent d'analyser la congruence entre les attentes des destinations et les conséquences attitudinales et comportementales pour les touristes d'une campagne de don en caisse. Nos résultats suggèrent que l'arrondi en caisse n'influence pas la perception de la RSE de la destination ni son image. Au contraire, le proposer provoquer des conséquences négatives et inattendues (agacement et refus de donner) ce qui incite à améliorer la compréhension des mécanismes de don par les consommateurs, pour en faire un outil durable de marketing durable.

Co-auteur : Anil BILGIAHN (Florida Atlantic University)

Mots-clés : RSE ; implication des touristes ; donation en caisse ; touriste mécène

❖ 12h30 – Salle 103 / Comodal

❖ Participer à la réunion Zoom

[https://zoom.us/j/95741920861?](https://zoom.us/j/95741920861?pwd=MIQreEO4STBPUIFELOVIVk55QIZyUT09)

[pwd=MIQreEO4STBPUIFELOVIVk55QIZyUT09](https://zoom.us/j/95741920861?pwd=MIQreEO4STBPUIFELOVIVk55QIZyUT09)

ID de réunion : 993 2844 4342

Code secret : 4RxD9R

❖ Calendrier des séminaires

<https://urlz.fr/jllR>

