



DES VACANCES POUR TOUTES ET TOUS QUEL AVENIR POUR LE TOURISME SOCIAL EN PAYS DE LA LOIRE ?

Le droit aux vacances pour toutes et tous est un droit élémentaire, constitutif de principes et de fondements républicains. Le tourisme social est destiné à servir ce droit. L'évolution de notre société a engendré une modification des pratiques familiales liées aux vacances et à leurs différentes saisonnalités. Début 2020, 40 % de la population en France ne peut - principalement pour des raisons financières - bénéficier de ce droit au départ.

Les vacances peuvent être définies comme « une retraite de la vie ordinaire », un temps de césure. Le tourisme implique une rupture avec l'environnement quotidien, une notion de dépaysement et de déplacement. D'après l'historien André Rauch, les vacances constituent aujourd'hui « un facteur majeur d'intégration sociale », en conséquence « celui qui ne part pas en vacances se retrouve marginalisé ».

L'objectif du CESER, à travers cette étude, est d'identifier des leviers servant le droit de toutes et tous à accéder à des vacances de qualité.

Taux de renoncement au départ en vacances d'été ces 5 dernières années pour des raisons financières

Des différences très marquées selon le niveau de vie

Milieux aisés	32%	11%	21%	68%
Classe moyenne supérieure	49%	21%	28%	51%
Classe moyenne inférieure	75%	48%	27%	25%
Milieux modestes	82%	56%	26%	18%
Milieux pauvres (< seuil de pauvreté)	84%	59%	25%	16%

■ Oui, souvent ■ Oui, mais rarement ■ Non, jamais

Source : Les Français et les vacances (sondage Ifop pour l'UNAT et la Fondation Jean-Jaurès), juillet 2019. <https://jean-jaures.org/nos-productions/les-francais-et-les-vacances-quelles-inegalites>

Deux tiers des Français déclarent avoir été contraints de renoncer à partir en vacances d'été ces 5 dernières années pour des raisons financières (40 % ayant été souvent obligés d'y renoncer).



SOPHIE DESCARPENTRIES,
Rapporteuse de l'étude

« Mon éducation je l'ai faite pendant les vacances. »

Osbert Sitwell, poète anglais (1892-1969)

Le tourisme social est méconnu au sein de notre société. Pourtant ses valeurs fondamentales entrent en résonance avec certaines tendances actuelles des publics (recherche de services de proximité, de qualité, à taille humaine, permettant de se ressourcer, etc.) et avec la nécessité de combattre les fractures qui existent au sein de notre société.

L'avenir du tourisme social passe donc d'abord par une image renouvelée montrant sa qualité et son adéquation à nos problématiques actuelles.

Ainsi, les pouvoirs publics et l'ensemble des acteurs pourront travailler ensemble autour de l'enjeu des vacances pour toutes et tous.



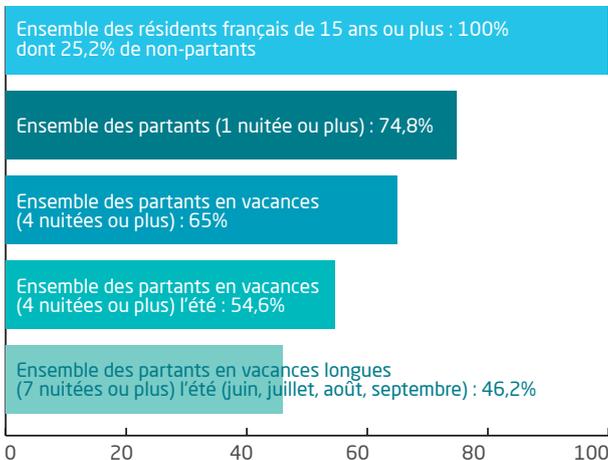
QU'EST-CE QUE LE TOURISME SOCIAL ?

L'Organisation internationale du tourisme social présente le tourisme social comme « toute action qui contribue à rendre le départ en vacances et les activités touristiques accessibles au plus grand nombre, de façon durable et solidaire ».

La convention collective nationale de tourisme social et familial (CCN 3151) positionne le tourisme social sur **un champ d'activités non lucratif, le plus souvent associatif, et relevant de l'économie sociale et solidaire.**

Le tourisme social a vocation à s'inscrire dans des démarches de loisirs éducatifs, de rencontre, de mixité et d'échange. Sa particularité est **d'ouvrir ses sites et séjours à une large population, sans distinction d'origine sociale, économique ou culturelle.**

Taux de départ en voyage touristique en 2015



Source : Ministère de l'économie et des finances (DGE), « Moins d'un Français sur deux part au moins une semaine l'été. Revenu, âge mais aussi activité professionnelle et contraintes personnelles déterminent le départ en vacances », décembre 2016.
https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-12-4p65-non-depart.pdf

Les chiffres clés du tourisme social en Pays de la Loire



27 organisateurs de séjours : organisateurs de colonies de vacances, de classes de découverte, de voyages et de vacances adaptées

- 72 hébergements touristiques (littoral, ville, campagne)
 > 1/2 villages vacances et maisons familiales, 1/3 centres de vacances
- 10 549 lits
- + de 1,103 million de nuitées touristiques (333 346 entrées)
- 83,8 M€ de chiffre d'affaires tourisme
- 545 équivalents temps plein
- 38 associations adhérentes

Chiffres UNAT 2019

« L'égal accès de tous, tout au long de la vie, à la culture, à la pratique sportive, aux vacances et aux loisirs constitue un objectif national. Il permet de garantir l'exercice effectif de la citoyenneté. »

Loi n°98-657 du 29 juillet 1998 d'orientation relative à la lutte contre les exclusions, art. 140 (modifié par la Loi n°2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté - art. 223)



LES DÉFIS ET ENJEUX DU TOURISME SOCIAL ET SOLIDAIRE

Des enjeux économiques et d'emploi pour les structures



- Patrimoine immobilier et investissement
- Contraintes budgétaires fortes, recherche de nouveaux financements
- Emplois permanents et saisonniers

Des enjeux en lien avec les territoires



- Développement durable
- Vie des territoires (ancrage local et vitalité économique, accès au littoral...)

Des enjeux liés aux évolutions des publics



- Évolution permanente des publics et de leurs attentes
- Mixité et inclusion sociale, accessibilité pour l'ensemble des publics

Des enjeux pour une communication repensée



- Numérique et communication
- Imaginaire collectif à transformer

Les recommandations du CESER pour répondre aux enjeux d'avenir du tourisme social en Pays de la Loire sont regroupées sous 5 grands axes. Certaines d'entre elles peuvent concerner plusieurs axes à la fois et nécessiteront pour leur mise en oeuvre une concertation entre tous les acteurs.



LE TOURISME SOCIAL, UNE FILIÈRE PROFESSIONNELLE À VALORISER

avec des recommandations autour de la **formation (salariés et bénévoles)**, de la **valorisation des métiers** très diversifiés du tourisme social (avec un forum régional annuel par exemple), ou encore pour renforcer la **complémentarité entre le bénévolat et le salariat** dans les structures du tourisme social.

Au niveau des formations, trois entrées sont soulignées :

- La **création de formations qui appréhendent l'ensemble des métiers du secteur et ses besoins spécifiques**, en particulier sur le développement de l'utilisation du numérique et des stratégies de communication et de commercialisation ;
- Un **investissement partenarial concerté dans le cadre de la compétence « jeunesse » de la Région** pour financer des formations non-professionnelles (BAFA, BAFA) dans le cadre des accueils collectifs de mineurs (ACM) ;
- Une attention particulière aux **qualifications professionnelles spécifiques aux métiers du tourisme** en évitant le recours aux certificats de qualification professionnelle (CQP) dans certains domaines (animation, etc.) tout en les conservant pour d'autres (service en salle, ménage, aide en cuisine, etc.). Cela permettra une meilleure reconnaissance en matière de rémunération et de conditions d'emploi.



UN MODÈLE SOCIO-ÉCONOMIQUE À AJUSTER SANS DÉNATURER LE PROJET SOCIAL FONDATEUR

en imaginant différentes solutions, selon les situations et les enjeux des structures concernées.

- D'une part, en envisageant la **séparation entre la gestion de l'immobilier et l'activité**, pour lutter contre la forte diminution du patrimoine immobilier traditionnel du tourisme social depuis la fin des années 1990, sous l'effet conjugué de l'évolution des normes relatives à la sécurité et à l'entretien, des usages et des pratiques sociales dominantes. Pour la partie immobilière, de **nouveaux montages** sont à mettre en oeuvre **associant des têtes de réseaux du tourisme social aux bailleurs sociaux, aux collectivités, aux banques et aux organismes financiers**. Des formes innovantes de sociétés coopératives d'intérêt collectif (SCIC), sociétés coopératives de production (SCOP), ou d'autres modèles adaptés aux valeurs du tourisme social doivent permettre de **nouveaux modes de partenariat**. Pour la partie liée à l'activité, des **contractualisations** en amont du projet et des **baux suffisants dans la durée** sont à privilégier.



- D'autre part, en adaptant aussi le fonctionnement des structures pour une activité non plus saisonnière mais bien sûr toute l'année. L'option de **contractualiser hors saison avec les communes pour que l'immobilier dédié au tourisme saisonnier puisse accueillir d'autres activités et d'autres publics** serait une piste à développer. Ce **déploiement sur toute l'année** nécessite de veiller à la compatibilité avec tous les publics : hébergement, embauche de personnel, fonctionnement.
- Et enfin en mettant en place de nouveaux partenariats et de la **mutualisation** dans tous les domaines possibles (moyens techniques, ressources humaines, veille réglementaire, formation...) grâce notamment aux **têtes de réseaux** qui doivent être aidées en cela par les collectivités et leurs autres **partenaires publics**.



UN SOUTIEN DES POLITIQUES PUBLIQUES TERRITORIALES ADAPTÉ AU TOURISME SOCIAL

pour accompagner ses structures, dans un premier temps, à maintenir leur activité essentielle à l'intérêt général des publics en difficulté et, dans un second temps, à diversifier leurs sources de financement.

Même si la loi NOTRe (2015) stipule que le tourisme est une compétence partagée sans dégager de chef de file, **la Région a, pour le CESER, un rôle d'ensemblier à jouer de par sa compétence globale veillant à l'équité territoriale dans l'élaboration de tous les schémas** locaux, départementaux ou régionaux (Schéma régional d'aménagement, de développement durable et d'égalité des territoires, Schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation ou encore Schéma régional de développement du tourisme et des loisirs).

Pour ce soutien des politiques publiques, le régime de la subvention, plus que les appels à projet ou autres appels d'offre, semble le plus pertinent car le plus adapté au secteur. **Les politiques publiques des collectivités territoriales ne peuvent pas seulement concerner l'investissement, mais doivent aussi prendre en compte le fonctionnement des structures du tourisme social.** Il serait également pertinent que la Région puisse, selon les dossiers qui lui sont présentés, favoriser les synergies entre ses services.

Ainsi, par rapport aux publics du tourisme social, **la politique régionale en direction des jeunes devrait développer un volet spécifique sur leur droit aux vacances**, comme le font d'autres régions (exemple : Île-de-France, Sud, Occitanie...). L'intégration d'un volet vacances au e.pass jeunes de la Région pourrait être imaginée.

De même, et considérant le vieillissement de la population en Pays de la Loire, il serait judicieux de travailler également à un **plan régional touristique axé sur les seniors** et inscrit dans la durée. La Région a un rôle d'impulsion et de coordination à jouer dans ce cadre. De nombreux partenaires doivent être associés à la construction de ce plan, comme les CAF ou l'ANCV*. Celles-ci mènent déjà des actions en lien avec ce public de seniors ayant des difficultés d'accès aux vacances, liées à leur situation de précarité en matière de revenus, d'isolement, ou encore de manque d'autonomie.

Une **mobilisation concertée des compétences tourisme régionales et départementales, des acteurs sociaux et privés**, permettrait de favoriser le départ en vacances pour toutes et tous en s'appuyant sur le tourisme social : appui au fonctionnement des structures, aide au départ en vacances des jeunes et des seniors, aide sur l'immobilier.

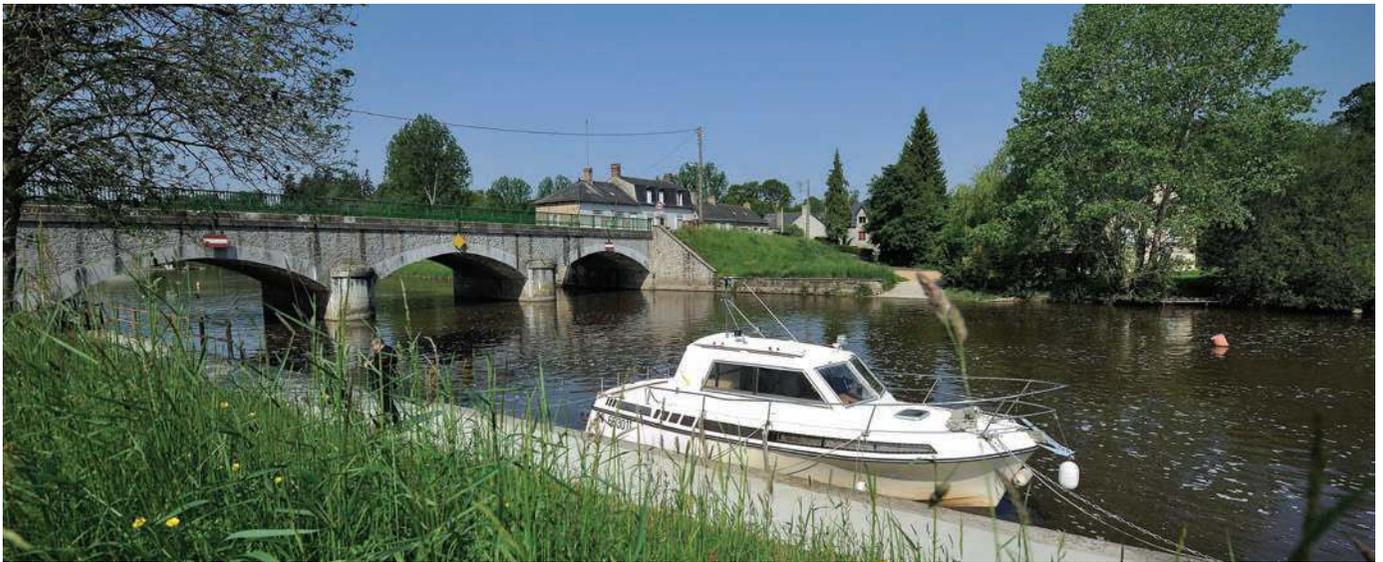
Il s'agit ici de **considérer le tourisme social dans sa dimension associative** et de **le soutenir de manière pérenne dans sa spécificité** et ses complémentarités avec les autres formes de tourisme populaire, à côté du tourisme lucratif.



ACTIVITÉ TOURISTIQUE, TERRITOIRE ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un trio qui est fait pour fonctionner et permettre la revitalisation de certaines zones géographiques où le tourisme social pourrait être relocalisé en Pays de la Loire. De par ses valeurs et son ancrage territorial, son lien avec l'Éducation populaire et ses modes de fonctionnement, c'est un tourisme local, qui sait **sensibiliser à la préservation de l'environnement, de la biodiversité et aux conséquences du changement climatique dans ses projets d'animation.**

*ANCV : Agence nationale pour les chèques vacances



La **relocalisation des structures les plus exposées aux aléas climatiques et environnementaux** (zones côtières ou fluviales), l'aide à la rénovation et l'adaptation de leurs équipements peut amener de l'activité économique y compris dans des zones moins favorisées (comme le rétro-littoral) en y développant un tourisme social plus respectueux de l'environnement que le tourisme de masse.

Ces actions s'accompagneront nécessairement de travaux autour des mobilités associées au tourisme social. Trois pistes semblent à poursuivre en envisageant :

- La mise en place de **mobilités douces *in situ*** par les structures elles-mêmes, en lien avec les collectivités responsables des itinéraires disponibles ;
- La conception d'un **programme d'aide au transport** entre les structures du tourisme social et les collectivités (« dernier kilomètre », abonnements temporaires...);
- Le développement d'une réflexion inter-structures avec les municipalités et les intercommunalités sur les **dispositifs de convoyage ou de navettes ponctuelles**.

COMMUNICATION DU TOURISME SOCIAL : DES MOYENS MODERNES AU SERVICE D'UN PROJET SOCIAL PROFONDÉMENT D'ACTUALITÉ

à s'approprier par les acteurs du secteur, avec l'appui de leurs partenaires déjà plus au fait de ces techniques du numérique et autres modes de communication et commercialisation aujourd'hui incontournables.

Pour cela, le tourisme social est amené à **se professionnaliser en matière de techniques de communication et de marketing, par de la formation** (par exemple en lien avec l'**Académie eTourisme**) et en se rapprochant des partenaires comme la Région qui pourrait, notamment, ouvrir l'outil **eRésa** à la réservation de groupes, les tour-opérateurs et agences de voyage.

Le **soutien des acteurs publics à la valorisation, en termes de communication**, est également nécessaire pour accompagner des campagnes d'information collectives de grande ampleur : campagne nationale (radio, télévision, courrier postal...) et campagne régionale (affiches, magazine de la Région...). Il s'agit de **redonner de la visibilité et de la lisibilité au tourisme social et à ses valeurs**.

Le rôle de certains prescripteurs ou partenaires institutionnels (ANCV, CAF, CSE* ou Inter-Comités d'entreprise) peut être pré-

pondérant dans le relais à faire entre les acteurs du tourisme social et les publics éloignés des vacances et des loisirs.

Le tourisme social peut aussi développer la communication auprès des financeurs privés, comme les entreprises dans le cadre de leur RSE** et sans que cela ne vienne impacter les moyens alloués au CSE en place, pour une meilleure reconnaissance du tourisme social dans notre région où le réseau des PME/TPE est particulièrement présent et dynamique.

Enfin, d'autres voies peuvent aussi être explorées, non circonscrites aux secteurs du commerce et de l'artisanat, comme « l'arrondi à la caisse » en faveur des structures du tourisme social ou des publics à aider pour leur permettre de partir en vacances.

*CSE : Comité social et économique

** RSE : Responsabilité sociétale des entreprises



DIDIER HUIDE,
Président de la commission
Culture - Patrimoine - Sport -
Tourisme - Vie associative

De l'estran de Pen Bé d'Assérac à la pointe d'Arçay de la Faute-sur-mer, le littoral breton et vendéen a connu au cours des Trente Glorieuses l'essor remarquable du tourisme social avec ses colonies et villages de vacances. Un demi-siècle après, qu'en reste-t-il ? Ici des friches qui n'ont pas encore été dévorées par l'immobilier lucratif. Mais là des équipements demeurent, ancrés à leur côte rocheuse, chevillés aux sables qui eux-mêmes résistent à l'érosion.

Le tourisme social et solidaire fait partie des espèces et des espaces vivaces. Ses salariés et bénévoles n'ont pas d'obsolescence programmée. L'étude du CESER vise à témoigner de l'actualité, de l'originalité de ses évolutions, de l'intérêt de sa mission d'intérêt général.



ÉTAT DES LIEUX DU TOURISME EN PAYS DE LA LOIRE À L'AUTOMNE 2020

Les conséquences économiques et sociales de la crise liée à la Covid-19 ont profondément impacté le secteur. Le chiffre d'affaires annuel est sévèrement réduit. Des structures se trouvent en risque de cessation de paiement à moyen ou court terme. La sortie de crise n'interviendra pas avant plusieurs années.

► Variation des effets selon les secteurs

Les agences de voyage spécialisées dans les séjours à l'étranger sont particulièrement fragilisées. L'hôtellerie de plein air, malgré les protocoles sanitaires, a souffert de la méfiance des vacanciers. À l'inverse, le tourisme locatif meublé a connu un assez bon taux de remplissage, tout comme les gîtes ruraux et les acteurs du tourisme à la ferme. Les résidences secondaires ont été plus occupées que d'habitude.

Les structures du tourisme social ont en moyenne réduit de 30 % leur offre dès le printemps pour l'accueil de familles et de colonies de vacances. Les 70 % mis en vente ont globalement été bien remplis dans l'été. Les centres de vacances qui ont le plus souffert sont ceux travaillant avec des prescripteurs (B to B), en raison des désaffections massives de CSE et de collectivités.

► Trésoreries en tension

La gestion des réservations et des annulations de dernière minute (tendance renforcée par la pression des plateformes)

va devenir incontournable pour l'industrie touristique. Les incertitudes sur les réservations futures et le constat des annulations massives font peser un risque sur la trésorerie et limitent les capacités de projection.

► Emplois

Les emplois saisonniers ont été moins nombreux que les années précédentes, privant ceux qui les occupent habituellement d'une source de revenus et d'un rechargement des droits au chômage. Les emplois permanents, en particulier associatifs, sont aussi fragilisés.

► Publics

Les seniors, qui font notamment vivre les ailes de saison, renoncent pour une partie d'entre eux au départ en vacances tel qu'ils le pratiquaient jusque-là. Au niveau national, la consommation des aides des CAF témoigne d'un moindre taux de départ en vacances. Ces non-recours laissent craindre une forme d'auto-censure des familles. D'où l'importance de l'accompagnement au départ en vacances. Enfin, la réduction de l'accueil physique et l'obligation de réservation en ligne qui se généralise risquent d'exclure certains publics.

► Stimuler une gouvernance régionale du tourisme

Le tourisme (6,3 % du PIB régional) représente une activité sociale et économique non délocalisable de première importance pour la région. Une inflexion de gouvernance de la politique touristique est nécessaire pour mieux fédérer la totalité des acteurs du tourisme et encourager les publics vers un tourisme de proximité.

LIRE L'ÉTUDE INTÉGRALE « DES VACANCES POUR TOUTES ET TOUS
QUEL AVENIR POUR LE TOURISME SOCIAL EN PAYS DE LA LOIRE ? »
SUR WWW.CESER.PAYSDELA LOIRE.FR