

---

# **Le Tiers secteur, une troisième voie vers le développement durable ? L'exemple des ambitions et des difficultés d'un « autre tourisme »**

**Gilles CAIRE**

[gilles.caire@univ-poitiers.fr](mailto:gilles.caire@univ-poitiers.fr)

GEDES – Université de Poitiers

Facultés de Droit et de Sciences économiques  
93, avenue du Recteur Pineau  
86022 Poitiers Cedex

France

(version provisoire, mars 2005)

## **INTRODUCTION<sup>1</sup>**

Le tourisme, par les activités et les emplois créés, par les déplacements et les contacts humains qu'il induit, par la complémentarité intersectorielle et par la consommation de territoire qu'il implique, ainsi que par les valeurs esthétiques, patrimoniales et d'évasion qu'il véhicule, modifie profondément le futur d'une population et d'un territoire, en termes de bien-être économique et social et d'environnement.

En Europe, les organisations de tourisme social et celles émergentes de tourisme solidaire<sup>2</sup> diffèrent par leurs attaches historiques nationales, par les statuts choisis (associations, coopératives, fondations, syndicats), par leur taille et leur poids monétaire, par les fédérations et réseaux constitués, par les catégories de bénéficiaires ciblées et par les champs géographiques couverts.

Ce « tiers secteur touristique » a cependant pour commune ambition de concevoir et de promouvoir un « autre tourisme », en termes de population partante, d'activités pratiquées, de répartition des revenus, de préservation de l'environnement, de mode de gouvernance et de relations Nord-Sud.

Après une brève présentation historique de la place du tourisme social dans le champ de l'économie touristique française (1), nous nous attacherons à dégager les caractéristiques du projet que se fixent les acteurs au plan international, en montrant qu'il s'intègre aujourd'hui dans une perspective de tourisme qualifié de durable ou de responsable (2). Puis nous soulignerons la relative étroitesse des marges de liberté de ces organisations face à la libéralisation générale des marchés (3).

---

<sup>1</sup> Ce texte a fait l'objet d'une communication au Colloque international organisé à Paris par l'ISTR et l'EMES intitulé « *Concepts of the third-sector. The European debate* » (27/29 avril 2005). Il s'intègre également dans le cadre de la convention de recherches GEDES-CEP « *Critères opérationnels d'évaluation de l'utilité économique et sociale : l'exemple du tourisme associatif* » du Programme interrégional de recherche-développement « Innovation et développement en Economie sociale et solidaire » (octobre 2004-novembre 2005) piloté et financé par la Délégation interministérielle à l'innovation sociale et à l'économie sociale (DIES).

<sup>2</sup> Faute de place, nous ne traiterons pas ici du tourisme solidaire. Le lecteur pourra se reporter à un de nos précédents travaux : « *Tourisme du Nord et développement durable du Sud : la contribution de l'alter-tourisme* », Communication au Forum International du Tourisme Solidaire, Marseille, 29-30 septembre 2003, disponible sur [www.tourisme-durable.net](http://www.tourisme-durable.net)

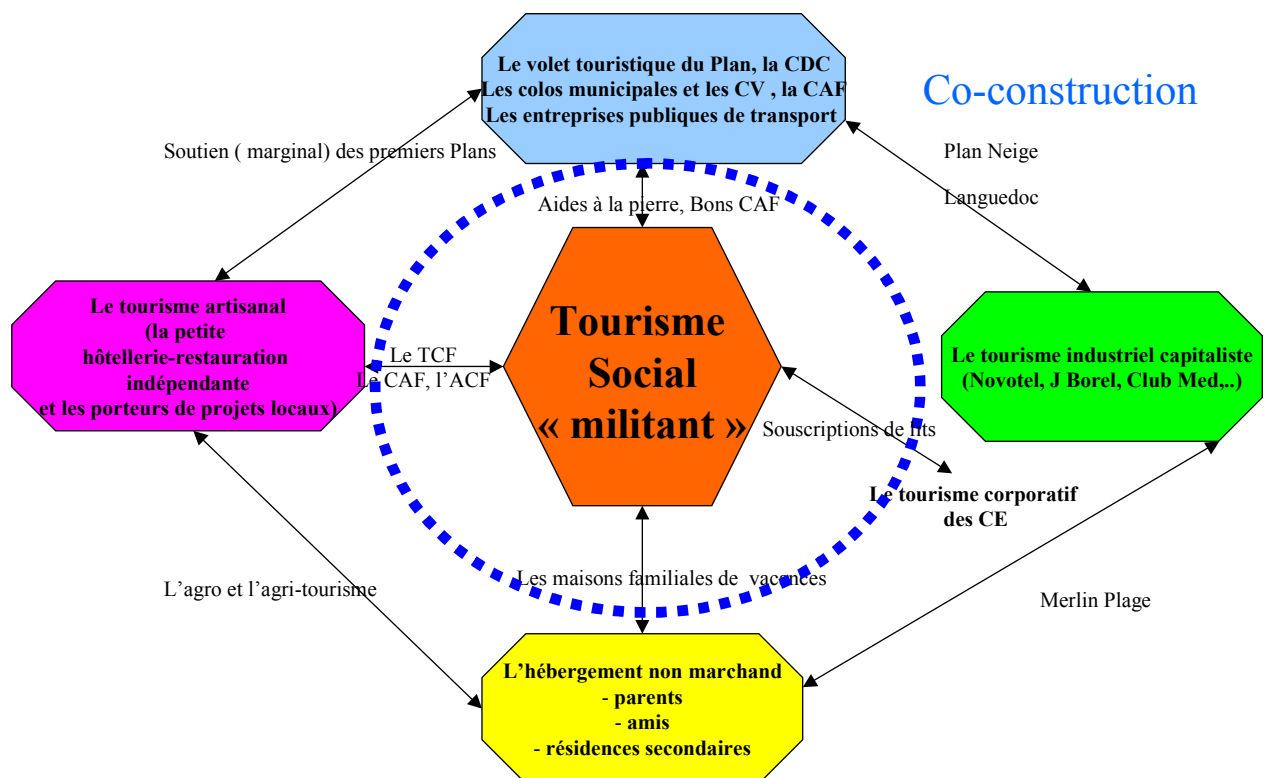
## STRUCTURATION HISTORIQUE DU TOURISME SOCIAL EN FRANCE

Nous commencerons par décrire brièvement la façon dont le tourisme social s'est construit ainsi que ses caractéristiques actuelles.

### Tourisme social et économie sociale

En s'inspirant du schéma de D. Demoustier (2003) plaçant l'économie sociale et solidaire entre les quatre pôles de l'économie publique, de l'économie lucrative, de l'économie domestique et de l'économie artisanale, il nous semble que le tourisme social est le résultat de la co-construction suivante :

#### Le tourisme social au sein du tourisme fordiste pluriel (jusqu'aux 1980s)



Entre 1960 et 1980, l'essor des villages vacances en France est le résultat de la rencontre de la volonté de militants bénévoles et d'une mosaïque d'aides au financement à la construction d'hébergements touristiques. Ces aides proviennent alors de cinq sources (Froidure, 1997) : des subventions de l'Etat et des Fonds interministériels ; des aides de la CNAF et des CAF ; des souscriptions de lits de Comités d'entreprise et organismes assimilés d'entreprises publiques<sup>3</sup>, de Caisses de retraite et de Mutuelles ; de participation des collectivités locales d'accueil (sous la forme d'apport de terrain gratuit, de convention de concession ou de garantie d'emprunt) ; des prêts bonifiés relevant de la politique d'aménagement du territoire, avec un rôle clé de la CDC. Au cours des années 70, la part des subventions représente ainsi en moyenne 60% du coût total de construction d'un village vacances et les souscription de lits de l'ordre de 15%.

Simultanément, les CAF vont mener une large politique de soutien au départ en villages vacances des familles aux revenus modestes et des enfants en centres de vacances à travers les Bons Vacances.

<sup>3</sup> Qui vont développer parallèlement leur propre offre d'hébergement, qualifiée de tourisme corporatif.

---

Le tourisme social français s'est donc construit en combinant les soutiens divers provenant de l'économie publique - sans que l'on puisse parler d'une politique sociale du tourisme -, la créativité de militants, souvent issus des milieux de l'éducation populaire et/ou d'organisations syndicales ou religieuses, auxquels on peut ajouter l'appui de quelques grands commis de l'Etat, au premier rang duquel François Bloch-Lainé.

C'est cet enchevêtrement d'aides qui va disparaître au cours des années 1980, avec la contraction massive des aides de l'Etat, le redéploiement des CAF vers les CLSH et le déclin des moyens des Comités d'entreprises. Simultanément les collectivités locales vont développer une politique touristique centrée sur le tourisme réceptif. Les difficultés vont être accrues par l'accroissement des charges provoqué, notamment, par l'augmentation des coûts de construction et l'élévation des normes de confort et de sécurité et par une profonde mutation de la demande<sup>4</sup>.

### **La pluralité du tourisme social aujourd'hui**

Le tourisme social et associatif comprend aujourd'hui 6 « lignes de produits touristiques »<sup>5</sup> (J. Chauvin, 2002) :

(1) les villages vacances, accueillant une clientèle familiale et de groupes (retraités, sportifs, séminaires). Les associations principales sont VVF Villages, LVT, Renouveau, Cap France, Vacances pour tous, VAL, VTF, ANCAV, RelaiSoleil, AZUREVA (avant 2001, Vacances PTT), Vacancier...

(2) les vacances de jeunes et/ou sportives comportant les auberges de jeunesse (deux fédérations FUAJ et UCRIF-Etapes jeunes), les séjours sportifs (UCPA, Glénans, ...), auxquels on peut ajouter les refuges (Club Alpin...)

(3) les centres de vacances pour enfants et adolescents (Ligue de l'enseignement, UFCV, PEP...) qui sont à différencier des Centres de loisirs sans hébergement (CLSH).

(4) les classes de découverte (mer, patrimoine, neige, environnement) et les voyages scolaires.

(5) les séjours linguistiques (Thalassa, Club des 4 vents,...)

(6) les voyages pour adultes à l'étranger (ARVEL, Deffontaine, Vacances bleues ; les associations de tourisme solidaire : TDS, Croq'Nature, Route des Sens...)

A ces catégories doivent être ajoutées des associations relais n'ayant pas à titre principal une activité de production touristique (gestion d'hébergement ou voyageur), mais dont le rôle d'éducation populaire, d'action sociale ou de regroupement d'usagers implique un soutien (matériel, humain ou informationnel) au voyage. Ainsi sont adhérentes à l'UNAT : la JPA, Léo Lagrange, Vacances ouvertes, la Fédération française de camping-caravaning, la Fédération française de la randonnée pédestre, APF évasion...

En 2003, les adhérents de l'UNAT<sup>6</sup> réalisent un chiffre d'affaires de 1,3Mds€ (CAHT), soit 2,3% de la Consommation intérieure touristique des Français. Les séjours concernent 5,7 millions de vacanciers, soit 12% des 45,4 millions de partants, représentant 38 millions de journées de vacances, soit environ 4% de l'ensemble des nuitées des Français en France et

---

<sup>4</sup> Touristes dits de deuxième génération plus exigeants, plus consommateurs, plus individualistes et prenant leurs décisions de plus en plus tard ; modifications de la cellule familiale – moins d'enfants, parents plus souvent seuls, présence éventuelle des grands parents- qui nécessitent de remodeler les unités d'hébergement ; fractionnement et baisse de la durée des séjours.

<sup>5</sup> Certaines associations interviennent sur plusieurs lignes.

<sup>6</sup> Toutes les associations de tourisme ne sont pas adhérentes de l'UNAT.

---

10,5% de leurs nuitées marchandes<sup>7</sup>, dans 1518 centres d'hébergement disposant de 258 856 lits, soit 4,8% des lits touristiques marchands et 9,7% des lits hors camping. Le tourisme social, c'est aussi 11 661 salariés permanents et 60 000 saisonniers à comparer aux 786 000 salariés dans les hôtels, cafés et restaurants.

Les données publiées par l'UNAT et le Ministère du tourisme ne prennent pas en compte les structures et les lits gérés par les Comités d'entreprise et les organismes assimilés (villages et colonies EDF, Poste, Banque de France, SNCF, Air France, DDE...). ainsi que leurs aides et subventions au départ. On peut ainsi estimer que l'offre totale d'hébergement du tourisme à but non lucratif (TS + CE) se monterait à environ 520 000 lits, soit environ 10% des hébergements marchands.

## **L'ELARGISSEMENT DES FINALITES AFFICHEES AU PLAN INTERNATIONAL : DE LA DEMOCRATISATION DU TOURISME AU DEVELOPPEMENT DURABLE**

Afin de dégager les valeurs et les ambitions communes à l'ensemble du tourisme social, nous nous appuyons sur deux textes internationaux : les Déclarations de Vienne de 1972 et de Montréal de 1996 du Bureau International du Tourisme Social (BITS).

Le BITS ([www.bits-int.org](http://www.bits-int.org)), créé en 1963 à Bruxelles, regroupe environ 130 membres, principalement des associations, des coopératives et quelques établissements publics dans une quarantaine de pays, sur quatre continents. Une douzaine de gouvernements (notamment belge, français, italien, québécois) appuient l'action du BITS avec un statut de membre d'honneur (sans droit de vote). Le BITS occupe également une des vice-présidences des membres affiliés à l'Organisation Mondiale du Tourisme. Les deux chartes précitées peuvent donc être légitimement considérées comme représentatives des vues communes aux divers organismes de tourisme social, et nous paraissent illustrer à la fois une permanence des valeurs et une certaine évolution des objectifs affichés.

### **Les vacances, un (presque) droit social**

Tant en 1972 qu'en 1996, la priorité affichée par le BITS est clairement celle de rendre le tourisme accessible à tous, sans discrimination, et notamment ouvert aux catégories sociales défavorisées par les revenus (jeunes, chômeurs, travailleurs à revenus faibles), par les besoins (familles nombreuses ou monoparentales) ou par le handicap d'âge, physique ou mental. Cette priorité est justifiée par les deux textes à trois niveaux : en tant que Droit de l'Homme, en tant que facteur de développement personnel et en tant que créateur de lien social.

#### *Droit au tourisme, Droit de l'Homme ?*

Sur le premier point, l'argumentaire se veut dans la continuité de l'article 24 de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme de 1948 : « *Toute personne a droit au repos et aux loisirs et notamment à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés payés périodiques* ». Ce droit est également repris par l'article 7 du Pacte international relatif aux droits économiques et sociaux<sup>8</sup> de 1966 et par la Convention internationale des droits de

---

<sup>7</sup> En excluant donc toutes les nuitées en hébergement non marchand (résidences secondaires, hébergement chez des parents ou des amis) qui représentent en 2003 66,3% des séjours et 62,3% des nuitées des Français en France métropolitaine (sur ce point, cf. CAIRE, 2004b).

<sup>8</sup> Il faut cependant noter que la Déclaration n'est qu'une résolution de l'Assemblée générale de l'ONU et n'a donc qu'une valeur de recommandation. Le Pacte de 1966 a bien lui une force obligatoire mais on peut penser qu'il n'est pas assez précis pour pouvoir donner lieu à un effet direct en droit interne. Il est à noter que le projet de Traité constitutionnel de l'Union européenne (article II.91) est sur ce point en retrait puisqu'il mentionne le droit au repos et aux congés payés, mais pas les loisirs.

---

l'enfant, dans son article 31<sup>9</sup>. Dans ces trois textes internationaux, les termes de vacances<sup>10</sup>, de départ, de tourisme ne sont donc pas mentionnés. Or les congés payés, le repos et les loisirs peuvent aussi être pratiqués au domicile habituel : en 1995, les salariés français passaient ainsi en moyenne à domicile 22 de leurs 40 jours de congés, et cette part des congés passés à la maison est deux fois plus forte chez les ouvriers et les employés que chez les cadres (Berhault, Luong, 1995). Du point de vue du Droit international, le Droit au tourisme n'existe donc pas.

Néanmoins, dans les années 1960 et 1970, s'appuyant sur la croissance continue dans les pays riches des taux de départ en vacances, la plupart des prospectivistes pronostiquaient l'avènement d'une civilisation des loisirs (Dumazedier, 1972), et tablaient sur des taux de départ de l'ordre de 90 à 95% à l'horizon 2000. Les vacances sont alors considérées comme un corollaire essentiel, voire central, du droit aux congés et aux loisirs<sup>11</sup>.

Selon la définition officielle de l'OMT, un **touriste** est un visiteur temporaire séjournant au moins 24 heures (mais pour une période non supérieure à 12 mois) dans un pays autre que celui où il a son lieu de résidence habituelle et dont le motif principal de visite (agrément, santé, missions, déplacement professionnel, études) est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le pays visité. La durée minimale de 24 heures exclut donc des statistiques les « excursionnistes ».

L'INSEE appelle **vacances** les voyages d'agrément d'au moins quatre nuits consécutives hors du domicile. Sont donc exclus, les déplacements professionnels, les voyages d'études, les séjours motivés par la maladie ou le décès d'un proche, les séjours de santé dans des établissements spécialisés (conduisant à des remboursements de Sécurité sociale, afin de les différencier des cures volontaires et des séjours de thalassothérapie), les courts séjours d'agrément (1 à 3 nuits), et les excursions (aucune nuit passée hors du domicile).

Enfin on peut quantifier les **loisirs** à travers les enquêtes « Emploi du temps » de l'INSEE qui définissent le « temps libre » comme le temps laissé disponible par le temps physiologique, le temps de travail et de formation et le temps domestique.

Mais contrairement par exemple aux courbes des taux d'équipement en biens durables de consommation – réfrigérateur, lave-linge, téléviseur, automobile - les taux de départ en vacances se sont stabilisés dans la plupart des pays occidentaux entre 50 et 70%, sauf en Allemagne où le taux est proche de 80% (Schmidt, 2003). Dans le cas français, on assiste même depuis 1994 à un tassement des taux de départ, et surtout à un creusement des écarts et à une concentration des inégalités (tableau ci-dessous). Dans une société où le départ en vacances est devenu majoritaire - la barre des 50% est franchie en 1974 -, le non-départ constitue maintenant un élément objectif de mise en marge. En 2002, plus de onze millions de Français (de plus de quinze ans) n'ont passé aucune nuit hors de leur domicile, et l'on peut estimer que le motif financier en est la cause principale dans environ 4 cas sur 10 et une élément aggravant dans 3 cas sur 10 (Caire, 2003a).

---

<sup>9</sup> « 1. Les États parties reconnaissent à l'enfant le droit au repos et aux loisirs, de se livrer au jeu et à des activités récréatives propres à son âge, et de participer librement à la vie culturelle et artistique. 2. Les États parties respectent et favorisent le droit de l'enfant de participer pleinement à la vie culturelle et artistique, et encouragent l'organisation à son intention de moyens appropriés de loisirs et d'activités récréatives, artistiques et culturelles, dans des conditions d'égalité. »

<sup>10</sup> Rappelons que *vacare* en latin signifie être vide et qu'au pluriel, vacances désigne d'abord au XVIIe siècle la période d'interruption des audiences judiciaires et des enseignements des Facultés (Boyer, 1999).

<sup>11</sup> Dans l'imaginaire social français, les congés payés de 36 ce sont d'abord les vacances à la mer ou à la campagne.

France 2002	Part dans la population française de 15 ans et +	Millions de personnes	Part des voyages effectués
Non-partants	25%	11,4	0%
Petits Voyageurs (1 ou 2 voyages)	34%	15,3	15%
Moyens voyageurs (3 à 10 voyages)	35%	15,5	50%
Grands voyageurs (>10 voyages)	6%	2,7	35%

Source : DT, 2004

Prenant acte de ces évolutions, le propos du BITS semble s'être infléchi entre 1972 et 1996 sur deux points. D'une part, l'affirmation que « *l'accès au tourisme doit être considéré comme un droit inaliénable de l'individu* » (article 1 de 1972) est remplacé par la citation de l'article 24 de la Déclaration Universelle et l'appel à « *la poursuite de la conquête des loisirs et du tourisme* » (article 1 de 1996). La seconde formulation apparaît en effet mieux fondé juridiquement, puisque comme nous l'avons souligné le Droit aux vacances n'est pas explicitement reconnu au plan international<sup>12</sup>.

D'autre part, l'article 4 de la Déclaration de Vienne de 1972 affirmait : « *Le tourisme ne saurait se concevoir comme une antidote du travail, une « évasion permise » justificative d'une « servitude consentie ». La liberté d'accès au tourisme ne peut dédouaner la société industrielle de ses tendances à l'aliénation de l'individu. Les travailleurs ne sauraient séparer leur aspiration aux joies du tourisme de leur action pour une humanisation du travail et le respect de l'homme jusque dans son rôle de producteur* ». Ce refus d'un tourisme exutoire peut être lu tout à la fois comme le rejet du projet paternaliste de la seconde moitié du XIXe d'encadrement des loisirs de la « race ouvrière » et de « dépuración » de la fatigue du travail industriel (Corbin, 1995) et comme le fruit de la critique de la société de consommation au tournant des années 1970.

La Déclaration de 1996 semble politiquement moins engagée -reflet de l'air du temps ?- et beaucoup plus défensive. Elle est plus axée sur la dénonciation de l'évolution récente du capitalisme comme le montrent ces quelques extraits de son Préambule : « *des pannes de croissance qui laissent en chemin des populations cumulant difficultés et handicaps, sources de graves dérèglements sociaux (...) la croissance sans emploi (...) le partage entre temps de travail et temps de loisir et de voyage est partout remis en cause* ». La critique de 1972 d'un tourisme compensateur de l'intensification de l'exploitation capitaliste s'efface en 1996 devant le constat de l'aggravation des inégalités sociales.

### *Capital vacancier, capital culturel*

Les vacances et les voyages sont un élément « *d'épanouissement de l'être humain* » (article 2 de la Déclaration de 1996), « *des moments et des occasions privilégiés d'enrichissement des*

<sup>12</sup> Même si depuis, l'OMT est devenue Institution spécialisée des Nations Unies en 2003 et qu'elle mentionne un Droit au tourisme dans son article 7 du Code Mondial d'Éthique du Tourisme ([www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)) élaboré en 1999 : « *La possibilité d'accéder, directement et personnellement, à la découverte des richesses de la planète constitue un droit également ouvert à tous les habitants du monde (...) Le droit au tourisme pour tous doit être regardé comme le corollaire de celui au repos et aux loisirs, et notamment du droit à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés payés périodiques, garanti par l'article 24 de la Déclaration universelle des droits de l'homme et l'article 7.d du Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels* ». Le même article marque également une reconnaissance institutionnelle internationale d'une mission d'intérêt général du tourisme associatif : « *Le tourisme social et notamment le tourisme associatif, qui permet l'accès du plus grand nombre aux loisirs, aux voyages et aux vacances, doit être développé avec l'appui des autorités publiques* ».

---

personnes, par la découverte des milieux, des cultures et des civilisations, par l'exercice d'activités physiques, artistiques, sportives ou ludiques, par la rencontre des personnes au delà de toutes les différences, par les responsabilités assumées librement par les touristes eux mêmes » (article 4). Aussi bien en 1972 qu'en 1996, le premier argument venant à l'appui du Droit au tourisme est que le départ en vacances serait facteur de développement personnel pour la personne concernée. Le tourisme social s'intègre donc dans une perspective d'éducation permanente - notamment par l'accent mis sur le poste Animation, par l'élaboration d'un projet pédagogique pour les enfants, par les propositions d'activités de découverte culturelle - tout en respectant la liberté de choix des activités de loisirs. Le capital « vacancier » est donc tout à la fois un élément du capital social, culturel, cognitif et symbolique. Ainsi dans son article 140, la Loi française de 1998 de lutte contre les exclusions prévoit « l'égal accès de tous aux vacances » permettant de « garantir l'exercice effectif de la citoyenneté »<sup>13</sup>.

Double rupture, de cadre de vie et d'emploi du temps, les vacances impliquent l'apprentissage de la mobilité et du « temps libre » et la rencontre de l'ailleurs et des autres. Elles constituent un « élargissement de l'horizon mental » (Rauch, 1993). Le départ favorise également l'acquisition de compétences transférables et notamment à l'emploi et la vie quotidienne. Il peut permettre « de renforcer certaines compétences (logique, organisation, recherche et synthèse documentaire, compétences d'économie sociale et familiale, projection temporelle, ...) ou qualités (ponctualité, respect des règles collectives, nécessité de négocier, d'argumenter, de convaincre, ...). » (Hilaire, 2005). Les vacances sont aussi un moment de renforcement des liens familiaux et de l'estime de soi. Elles permettent d'avoir à la fois du temps pour soi et pour ses enfants, et sont à la fois une période de récréation et de *recréation*.

L'un des objets du tourisme social est donc de favoriser ces effets diffus et différés, sans toutefois transformer le plaisir des vacances en devoirs d'insertion ou de parentalité, « d'imposer comme objectif des effets constatés » (Rigalleau, 2001)<sup>14</sup>.

Concernant plus particulièrement les enfants, les vacances sont à la fois une phase de construction de la personnalité - par développement du goût et de la curiosité -, un moyen de socialisation et un vecteur d'intégration sociale. Or, l'enquête réalisée par le Credoc à la demande de la Direction du tourisme en juin 1999 montre que 27% des enfants âgés de 5 à 18 ans ne sont pas partis (39% des enfants d'habitants de logements sociaux) au cours de l'été 1998<sup>15</sup> (DT, 2002b). Parmi ceux-ci, presque les deux tiers ne sont jamais partis, ou une seule fois durant les quatre derniers étés. De plus, la grande majorité de ces enfants non partants n'ont pas pratiqué d'activités particulières dans la journée : 43% d'entre eux sont restés avec leurs parents et 12% ont été gardés par des parents ou des amis. Seulement 18% se sont

---

<sup>13</sup> « 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. La réalisation de cet objectif passe notamment par le développement, en priorité dans les zones défavorisées, des activités artistiques, culturelles et sportives, la promotion de la formation dans le secteur de l'animation et des activités périscolaires ainsi que des actions de sensibilisation des jeunes fréquentant les structures de vacances et de loisirs collectifs. Elle passe également par le développement des structures touristiques à caractère social et familial et l'organisation du départ en vacances des personnes en situation d'exclusion. L'Etat, les collectivités territoriales, les organismes de protection sociale, les entreprises et les associations contribuent à la réalisation de cet objectif. »

<sup>14</sup> Toute la difficulté est d'imaginer une offre touristique qui évite les risques traditionnels liés à toute action sociale : la création de ghettos (les publics défavorisés regroupés en hébergement de tourisme social) et l'assistantat (imposition d'un projet de départ collectif sans partenariat réel avec les intéressés). Sur ces points voir le rapport Rigalleau (2001) et les divers documents de l'association Vacances Ouvertes ([www.vacances-ouvertes.asso.fr](http://www.vacances-ouvertes.asso.fr)).

<sup>15</sup> avec une sur-représentation des 9-13 ans, âge sans doute le plus critique en matière de vacances.

---

rendus dans un centre de loisirs ou ont pratiqué des activités précises pendant leur été. La politique sociale du tourisme doit dès lors, outre l'aide aux familles, encourager de façon privilégiée le tourisme scolaire (qui constitue bien souvent l'occasion unique pour des enfants de partir en « vacances ») et les centres de vacances (alors que les CAF de 1992 à 2000 a mis l'accent sur les CLSH – Centre de loisirs sans hébergement).

Un autre effet du tourisme social, absent des deux Déclarations, est sa participation à la réduction des inégalités de genre. Le tourisme social, à travers la pension complète et la prise en charge des enfants permet aux femmes<sup>16</sup>, et plus particulièrement de milieux populaires de prendre de vraies vacances (François Soulage, Préface de l'ouvrage de J. Chauvin, 2002).

### *Le tourisme, créateur de lien social*

Pour la Déclaration de 1972, « *le tourisme doit être conçu comme un moyen privilégié de maturation humaine et de prise de conscience par l'homme de l'unité profonde de l'humanité* » (article 3) et la politique sociale du tourisme engendre « *des avantages pour la communauté* » (article 8), et pour celle de 1996 « *le tourisme social est facteur de cohésion sociale* » (article 4). Pour le BITS, le tourisme n'est pas seulement source de bénéfices pour le partant mais engendre également des externalités socio-économiques positives pour la société. Comme toute politique sociale, ces externalités sont constructrices de capital social, en matière de citoyenneté, de valeurs partagées, de sociabilité, de sentiment d'appartenance à la collectivité, de paix sociale et corrélativement de performance économique. Le tourisme associatif, via notamment les Auberges de jeunesse et les séjours linguistiques<sup>17</sup>, serait aussi facteur de paix et de compréhension entre les peuples.

La Charte de l'UNAT de 2002 va plus loin en affirmant une forte volonté de « *brassage social* » au sein du tourisme associatif, de cohabitation, de rencontres et de partages entre vacanciers aux caractéristiques sociales, culturelles, religieuses ou physiques différentes. Cette mixité sociale suppose à la fois d'assurer une présence simultanée des diverses catégories sociales (prix modérés y compris en haute saison, péréquation tarifaire en fonction du quotient familial, partenariat avec les travailleurs sociaux, accueil adapté aux différents handicaps...) et leur rencontre (fort pourcentage de m2 de vie en commun, animations de groupe, refus de télévisions dans les chambres et les gîtes...). C'est tout l'honneur - et toute la difficulté - du tourisme social de ne pas renoncer devant la force des stratégies d'évitement valables dans les domaines de l'emploi, de l'éducation, du logement. L'ambition du tourisme social est clairement le refus de « la société de l'entre-soi », du « séparatisme socio-spatial », de la « ghettoisation par le haut », de « l'enfermement social des enfants » décrits et dénoncés par Eric Maurin (2004). C'est aussi s'opposer à la volonté du groupe Tourisme du MEDEF (2002) de cantonner le tourisme associatif à la clientèle non solvable, i.e. de l'enfermer dans une logique de « tourisme pour les pauvres »

### **« Entreprendre autrement » dans le tourisme**

En Europe les politiques visant à faciliter les départs en vacances sont extrêmement diverses (UNAT, 2000 et Jolin, 2003). Entre le système belge du pécule et du double pécule de vacances, véritable prestation sociale intégrée à la Sécurité sociale, le système suisse de rabais sur les hébergements de vacances géré par la coopérative REKA - tripartite syndicats/employeurs/entreprises touristiques -, et le système britannique d'aides fournies par des organismes caritatifs et des fondations privées avec une indéniable instrumentalisation de

---

<sup>16</sup> Même si cela peut contribuer à dédouaner l'homme de sa faible participation aux tâches ménagères durant l'année ! A moins qu'en matière de vacances éducatives, il faille obliger l'homme à effectuer ces tâches inhabituelles...

<sup>17</sup> Par contre les tentatives d'Eurovillages impulsées par VVF à la fin des années 1980 n'ont pas réussi.

---

la part des collectivités locales, il n'y a que peu de points communs. C'est uniquement en France et en Belgique - et à un degré moindre en Italie - que le tiers secteur s'est investi dans la production de services d'hébergement et ne s'est pas cantonné à l'accompagnement organisationnel et financier<sup>18</sup>.

Enregistrant de fait cette diversité, la Déclaration du BITS de 1972 dresse ainsi un portrait en creux de l'organisation du tourisme social. Il ne doit être « *aliéné ni par un encadrement politique d'Etat*<sup>19</sup>, ni par la commercialisation à outrance des loisirs, l'exploitation éhontée des besoins et de la confiance du public » (art. 6). Il relève d'une « *intervention pluraliste des organismes libres, émanation directe de la population* » (art. 7) et « *ne saurait se concevoir sans l'intervention des organisations représentatives des travailleurs, des consommateurs et des familles* » (art. 9).

La Déclaration de 1996 révèle quant à elle un « biais franco-belge » sans doute plus important. Elle distingue des « *fonctions d'entrepreneurs, de gestionnaires d'équipements, de producteurs ou d'accompagnateurs de voyages, d'éducateurs ou d'animateurs de loisirs* » (art. 7). Elle affirme que le tourisme social est « *partie prenante de l'économie sociale et solidaire*<sup>20</sup> » (art. 5), et que ces opérateurs « *sont des agents économiques, soumis aux mêmes exigences de compétence, de rigueur et de performance. La poursuite d'un objet social est directement dépendante d'une gestion exemplaire et de l'amélioration des résultats* » (art. 7). Si l'appartenance au tiers secteur est revendiquée dans les deux déclarations, la facette entrepreneuriale des associations de tourisme est nettement plus affirmée en 1996.

Autre évolution notable, alors que les droits des salariés du tourisme social n'étaient nullement évoqués en 1972, la Déclaration de 1996 y fait deux fois référence, dans son article 6 de façon globale (« *le secteur touristique doit être générateur d'emploi et garantir, simultanément, les droits fondamentaux des personnes qui y sont employées* ») et dans les conditions d'appartenance au tourisme social (« *La gestion du personnel respecte les lois sociales, est valorisante et intègre une formation continue adaptée* », art. 14). Ce désir est d'autant plus méritoire que le tourisme social n'a pas, par définition, la possibilité de compenser le surcoût d'une politique de ressources humaines volontariste par une stratégie de montée en gamme<sup>21</sup>.

### **Le tourisme social, acteur du développement durable territorial**

Dans le prolongement du sommet de Rio de 1992, l'OMT et l'UNESCO vont promouvoir à partir de 1995 un tourisme qualifié de durable ou de responsable, reprenant le triptyque du développement durable : « *il 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* » (article 1 de la Charte du tourisme durable de Lanzarote de 1995)<sup>22</sup>. Cette nouvelle

---

<sup>18</sup> Jusqu'en 1989, le tourisme social des pays de l'Est s'intègre dans une protection sociale souvent qualifiée de paternaliste d'Etat, reposant sur des mesures mises en œuvre par l'entreprise (socialiste d'Etat) dans une logique d'avantages au mérite, et sur des dispositifs d'assistance discrétionnaire menés par des organismes d'Etat.

<sup>19</sup> Expression d'un rejet tant des pratiques fasciste (*Dopolavoro*), nazie (*Kraft durch Freude*) que socialiste (Richez et Strauss in Corbin, 1995)

<sup>20</sup> La version du même texte en anglais, "*Social tourism flourishes in an economic climate informed by solidarity and social policy* » révèle l'absence de signification du terme économie sociale et solidaire pour un anglo-saxon.

<sup>21</sup> En France, le tourisme social et familial sans but lucratif dispose ainsi d'une convention collective spécifique signée en 1979 et étendue en 1984, qui contient des dispositions plus favorables que celle du secteur commercial. Cette convention, qui augmenterait la charge salariale d'environ 10%, est le résultat d'une initiative des employeurs, fait semble-t-il unique dans le Droit social français (Froidure, 1997)

<sup>22</sup> Selon la nouvelle définition de l'OMT (2004), « *le tourisme durable doit :*

---

approche va être transposée un an plus tard dans l'article 8 de la Déclaration de Montréal : « Avant que l'objectif d'un "développement durable et soutenu" n'ait été recommandé par les organisations internationales, le tourisme social se l'était assigné comme option de référence, afin :

- de concilier développement touristique, protection de l'environnement et respect de l'identité de la population locale;
- d'apporter de nouveaux moyens à des régions souvent délaissées;
- d'aménager des sites avec la volonté de ne pas en dilapider les ressources;
- de générer des bénéfices économiques, sociaux et culturels pour la population locale. ».

Au delà du simple effet de mode et peut-être d'un relatif opportunisme, le tourisme associatif - outre sa volonté de conjuguer valeur ajoutée économique et équité sociale - est en effet historiquement marqué par une volonté d'enracinement local et par une diversité géographique de ses implantations. Le cas français semble à cet égard exemplaire.

Le Rapport de Jacques Chauvin auprès du Conseil National du Tourisme (2004) recense ainsi différents apports sociaux du tourisme associatif pour le territoire d'implantation, comme : l'hébergement social temporaire de travailleurs, d'étudiants, de familles en grave difficulté ; la fourniture de services de restauration à destination de personnes âgées, de scolaires, de haltes-garderies, généralement en lien avec des ADMR ou des associations de parents d'élèves ; la mise à disposition<sup>23</sup> d'infrastructures sportives ou de salles pour les habitants ; l'ouverture des activités organisées (culturelles, éducatives ou sportives) à la population locale ; l'organisation de CLSH, de haltes-garderies/multi-accueil ; la participation à un projet d'insertion professionnelle et sociale (intégration de jeunes dans l'équipe).

Ces activités non touristiques traduisent une recherche de diversification et de complémentarité (notamment saisonnière) avec l'activité touristique, visant à permettre une pérennisation des emplois et à financer une amélioration de la qualité de l'offre touristique. Elles sont aussi parfois la contrepartie du mode de propriété des équipements<sup>24</sup> et le fruit d'une volonté de changer l'image de la structure vue par les habitants comme un élément étranger au territoire. Mais les acteurs insistent également fortement sur leur engagement militant<sup>25</sup> de participation au développement local et à la vie institutionnelle et sociale du territoire, et de proposition d'un lieu de vie pour la population locale.

De plus suite à la politique active d'aménagement du territoire en France des années 1960 et 1970, plus de 40% des équipements recensés aujourd'hui par l'UNAT - tous hébergements confondus - sont situés en milieu rural ou de moyenne montagne, alors que les grands opérateurs touristiques commerciaux sont très majoritairement implantés en milieu urbain (hôtels de chaîne), en zone littorale et dans les stations de ski (clubs de vacances et résidences

---

1. exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à sauvegarder les ressources naturelles et la biodiversité ;

2. respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserver leurs atouts culturels bâti et vivant et leurs valeurs traditionnelles et contribuer à l'entente et à la tolérance interculturelles ;

3. assurer une activité économique viable sur le long terme offrant à toutes les parties prenantes des avantages socioéconomiques équitablement répartis, notamment des emplois stables, des possibilités de bénéfices et des services sociaux pour les communautés d'accueil, et contribuant ainsi à la réduction de la pauvreté. »

<sup>23</sup> Les échanges fonctionnent aussi dans l'autre sens à travers les équipements communaux prêtés aux structures de TSA.

<sup>24</sup> Environ le ¼ des équipements de TSA sont la propriété de communes, de communautés de communes, de SIVOM, de syndicats intercommunaux, d'OPAC. La gestion est confiée à des associations sous diverses formes : bail emphytéotique, convention communale, bail commercial, contrat administratif de mise à disposition, affermage...

<sup>25</sup> Preuve en est que dans quelques cas, l'activité « sociale » n'est pas rentable, voire fonctionne à perte.

---

de tourisme). Ces équipements en « zones délaissées » ont ainsi un impact économique sur la vie locale en termes de création ou de maintien d'emplois (recrutement de proximité), de recettes fiscales (taxe de séjour, taxe d'habitation), de maintien de commerces, de services (pharmacie, médecin), et de services publics (poste, école, gare).

Enfin le soutien du tourisme social aux mouvements émergents de tourisme solidaire sont aussi l'expression d'un engagement en termes de solidarité avec les pays du Sud. Par contre les impacts du tourisme associatif sur l'environnement naturel et paysager local et sur le changement climatique sont encore peu pris en compte, nous y reviendrons.

## LES INTERROGATIONS ACTUELLES

Les évolutions du tourisme, et plus largement du capitalisme et des politiques sociales depuis les années 1980 ont amené le tourisme social à reformuler son projet, « en tenant à rester fidèle à sa vocation sociale, tout en ne pouvant le faire qu'en s'en écartant » (Froidure, 1997). Cette transformation - ce grand écart ? - nous semble questionner l'identité du tourisme social en termes d'image, de produit et d'ancrage territorial durable.

### Que faire face à la remontée d'une mauvaise image du tourisme ?

Relevons tout d'abord que le tourisme semble avoir de nouveau - ou encore ? - mauvaise presse, et cela parfois aussi bien chez les « élites » de droite que de gauche, mais pour des raisons très souvent opposées. L'image négative du tourisme resurgit en effet sur trois points :

- c'est une activité de loisirs, futile qui détournerait de la « vraie » valeur, le travail (on reconnaîtra là tout le discours autour de la nécessaire revalorisation du travail). Variante sociale, c'est une consommation de luxe (au sens économique de bien de luxe), donc non prioritaire, voire indécente dans le contexte actuel de chômage persistant, d'exclusion sociale et de limitation des dépenses sociales.

- les touristes sont toujours assimilés à des envahisseurs, des « hordes » et des « bidochons »<sup>26</sup> qui « submergent » la population locale culturellement et économiquement, par la pression foncière et l'inflation saisonnière. Variante environnementale, ils contribuent à « dénaturer » les milieux locaux, à détruire les écosystèmes fragiles.

- le tourisme ne serait pas une industrie de pointe technologique et ne peut générer que des emplois soumis à une dégradation des « termes de l'échange ». Ainsi pour Elie Cohen, spécialiste d'économie industrielle : « *Si la France n'est pas capable de se ressaisir, elle ira vers sa spécialisation naturelle, le tourisme. Un scénario catastrophe dans lequel les emplois industriels détruits seraient remplacés par des emplois de bien moindre qualité dans les services aux particuliers* » (Dossier sur les délocalisations, *Alternatives économiques*, octobre 2004).

Ces trois points, présentés ici sous leur aspect le plus caricatural, sont évidemment loin d'être sans intérêt. Ils soulèvent certaines questions essentielles : Quelles priorités sociales ? Quelle place pour le temps libre dans notre société ? Comment concilier tourisme de masse et préservation des ressources culturelles et naturelles ? Peut-on améliorer les conditions des travailleurs du tourisme, une des deux branches où en effet les rémunérations et les conditions de travail sont les plus défavorables (Caire, 2003c) ? Quelle stratégie d'insertion dans l'industrie touristique mondialisée ?

---

<sup>26</sup> Pour une remise en perspective historique, cf *L'idiot du voyage. Histoire de touristes* de J.-D. Urbain, Payot, 1993.

---

Néanmoins le danger serait ici de répondre à ces questions par une stratégie de repli sur un tourisme national et international élitiste, centrée sur la clientèle à haut revenu et le tourisme d'affaires, économiquement plus rémunérateurs. C'est une tentation perceptible dans les politiques touristiques de nombreuses collectivités locales, dont les moyens sont très fortement concentrés sur le tourisme réceptif. C'est aussi la voie soutenue par le MEDEF sous le qualificatif de « relèvement du niveau de l'offre » afin de « privilégier la croissance des marges plutôt que celle des volumes » (MEDEF, 2002).

Le défi pour le tourisme social est ici de combiner son ambition sociale – vis-à-vis des personnes accueillies et de ses salariés – et d'améliorer l'image « sociale » du tourisme.

### **Y-a-t-il un isomorphisme institutionnel ?**

De plus en plus, ce terme est employé à propos de l'évolution du tourisme social. Par des inflexions symétriques, le tourisme social et le tourisme commercial se seraient sensiblement rapprochés en matière de clientèles, de produits, d'aides au départ et de méthodes de gestion. Ces trajectoires convergentes tendraient donc à aligner le tourisme social sur le tourisme commercial. Elles pourraient même s'achever par l'absorption du tourisme social par le tourisme commercial, à l'image de VVF symbole historique du tourisme familial français. VVF s'est scindé en 2001 en VVF-Vacances (opérateur commercial de statut SA) et VVF Villages (association loi de 1901, qui s'est rapproché de VAL en 2003). Le rachat actuellement à l'étude de VVF Vacances par le groupe Pierre et Vacances (qui comprend aussi Orion, Maeva, Center Parcs...) ou par le groupe Accor/Club Med marquerait alors le terme du processus.

Dans les discours - dans l'esprit ? - des acteurs du tourisme social, il s'agit là d'une interrogation légitime en termes de confrontation des résultats aux objectifs, de volonté de remise à plat du projet face au constat « d'une dérive ambiguë vers le para-commercialisme » (Froidure, 1997). Mais la même interrogation est aussi dans la bouche des libéraux un argument fort du discours sur la concurrence dite « libre et non faussée ».

### *Même clientèle de classes moyennes ?*

Sur la longue durée la structure des clientèles du tourisme social et du tourisme commercial semble moins différenciée. Du côté de l'offre du tourisme associatif, la volonté de mixité sociale et la recherche de clientèles plus à l'aise financièrement afin de compenser la chute des subventions, ont certes pu jouer un rôle. Mais la baisse globale des taux de départ chez les ouvriers et les inactifs depuis 1994 enregistrée par l'enquête SDT du Ministère du tourisme (-5 et -6 points respectivement) est aussi un élément explicatif. Du côté du tourisme commercial, le développement de l'hôtellerie économique en concurrence avec les auberges de jeunesse, les prix attractifs – voire cassés - des séjours en clubs de vacances en Turquie ou en Tunisie permis par le faible coût de la main d'œuvre locale et par la forte baisse des tarifs aériens, ainsi que le démarchage accru auprès des comités d'entreprise ont aussi contribué au rapprochement.

Alors qu'auparavant les marchés du tourisme social et du tourisme commercial étaient plutôt complémentaires, leurs segments de clientèle aujourd'hui se recoupent au moins partiellement – en gros sur les classes moyennes. Comme souvent en économie sociale, les structures de tourisme social ont contribué à démocratiser et donc à élargir un marché qui ensuite va intéresser les structures commerciales.

Néanmoins, des différences subsistent. D'après l'étude de l'AFIT (2000) sur les clientèles familiales en villages vacances, les foyers dont le revenu mensuel est inférieur à 10000F (15% des vacanciers en villages associatifs contre 12% en villages commerciaux) et ceux aux

---

revenus compris entre 10 et 15000F (30 contre 25%) continuent à être proportionnellement plus nombreux dans le tourisme social. Inversement, les foyers dont le revenu se situe entre 20 et 35000F (25% contre 32%) et de plus de 35000F sont sous-représentés (5% contre 7%). De plus les familles de quatre (22% contre 21%) et surtout les familles nombreuses de cinq personnes et plus (15% contre 11%) sont plus présentes en village associatif qu'en village commercial. Enfin, l'expérience du tourisme social en matière d'accompagnement au premier départ est aussi distinctive.

### *Même produit, même prix ?*

Concernant les produits, les différences tendraient aussi à s'estomper. Les clubs de vacances se sont inspirés des actions d'animations collectives et de prise en charge des enfants imaginés par le tourisme social. De son côté, le tourisme social propose une gamme d'activités sportives de plus en plus comparable à celle du secteur commercial<sup>27</sup>, et s'est aussi adapté à une demande de plus de choix et de confort et de moins de contraintes. Cependant il faut noter que la prise en charge des enfants et certaines animations ne sont pas toujours incluses dans les tarifs de clubs de vacances commerciaux de gamme équivalente. De plus, même si les activités proposées apparaissent relativement similaires, les pratiques, ainsi que le vécu de ces pratiques peuvent demeurer sensiblement différentes (B. Réau, 2005).

Le vacancier-consommateur semble aujourd'hui mettre rationnellement en concurrence les différentes offres, ainsi que l'illustre un des résultats de l'étude de l'AFIT (2000) : « *La destination, le rapport qualité/prix et la période constituent les trois grands éléments déterminants dans le choix des vacanciers. Mais rares sont les clients qui font réellement la différence entre tourisme du secteur associatif et tourisme du secteur marchand, y compris lorsqu'ils ont eu recours aux deux types de vacances. Ils ont la plupart du temps les mêmes exigences dans l'un et l'autre des cas* ». Faut-il y voir une raison de désespérer ? Pas forcément. En effet, le tourisme social conserve un atout essentiel, son accessibilité en termes de tarifs.

En 2003, l'UNAT a cherché à mesurer les écarts de prix entre tourisme associatif et tourisme commercial, sur les formules location-gîte et pension complète. Il ne s'agissait pas de raisonner en termes de rapport qualité-prix car la diversité et le niveau des prestations sont très différentes, mais sur l'accessibilité, i.e. comment partir au meilleur coût pour une famille. Dans presque tous les cas (la seule exception est la montagne l'été où le tourisme social est légèrement plus cher<sup>28</sup>), le tourisme social est en moyenne 20 à 30 % moins cher que le tourisme commercial. De plus les écarts entre hors saison et saison et entre destinations sont plus resserrés. Autrement dit, pour les ménages disposant d'un budget modeste et d'enfants scolarisés, l'offre du tourisme social demeure bien plus accessible que celle du secteur commercial. On peut cependant reprocher à cette étude de ne pas avoir intégré l'offre de l'hôtellerie de plein-air, en formule camping et surtout en habitations légères (chalets, mobil-homes, bungalows) qui est de plus en plus proche en termes d'équipements et d'animations de l'offre gîte des villages-vacances.

---

<sup>27</sup> Sur ce point rappelons toutefois que les deux organismes précurseurs sont l'UCPA (créé en 1965) et le Club Méditerranée, sous statut associatif de sa création en 1950 par Gérard Blitz à 1957. Même si le Club Med n'a jamais eu de fibre sociale, il avait néanmoins à l'origine un projet assez peu commercial : « *Nous sommes branchés sur quelque chose de mystérieux. Nous ne sommes pas branchés sur une industrie de vacances. Nous sommes branchés sur la libération de l'homme, c'est-à-dire son étreté. Et nous utilisons ce 12<sup>e</sup> mois où il n'est pas pris dans l'engrenage des mécanismes de la société moderne pour lui donner accès à sa véritable nature. Nous pensions que ce type de vacances était nécessaire pour trouver la paix, la paix intérieure, la joie de vivre, profonde, pas superficielle* » Transcription d'une interview de Gérard Blitz (Documentaire de Martine Radiguet « *Inventeurs de vacances. L'aventure du Club Méditerranée* », 2004)

<sup>28</sup> Pour le secteur commercial, la saison d'hiver est financièrement plus importante.

---

### *Même financement, même management ?*

Le rapprochement est aussi la conséquence de la réduction massive des subventions au tourisme social et du basculement de l'aide à la pierre à l'aide à la personne. Du côté de l'offre<sup>29</sup> et surtout de la demande, les conditions de financement sont devenues très similaires.

Ainsi le Chèque-vacances instauré en 1982 n'opère aucune distinction entre secteur lucratif et non lucratif. Géré par une agence publique, l'Agence Nationale du Chèque Vacances, qui dispose d'un monopole<sup>30</sup>, il s'agit d'un titre de paiement auprès de prestataires – de transports, d'hébergement, de loisirs de proximité – ayant passé une convention avec l'ANCV. Il fonctionne selon le principe de l'abondement d'épargne<sup>31</sup>.

Indéniable succès économique (840 millions d'euros, 6,3 millions de bénéficiaires en 2003) et social – 40% des porteurs déclarent qu'ils ne seraient pas partis en vacances sans le Chèque-Vacances – le mécanisme du chèque-vacances nous paraît cependant soulever différents problèmes :

- il n'implique pas le départ, puisqu'il peut être utilisé pour des loisirs de proximité (cinéma, repas au restaurant, spectacles...). Le taux de départ en vacances des utilisateurs se situerait entre 60 et 80% (Hilaire, 2005) ;
- lié à l'emploi, il ne concerne pas les inactifs, et notamment les chômeurs, les étudiants et les retraités. 80% des porteurs ont ainsi entre 31 et 60 ans ;
- les conditions d'attribution et d'abondement sont très inégalitaires selon la taille de l'entreprise, ses moyens, sa volonté sociale, et surtout en fonction de l'existence ou non d'un Comité d'entreprise. Hors fonction publique d'Etat, la part des CE est d'environ 85%. Voulu par une loi de 1999, la diffusion du Chèque-vacances aux PME reste pour le moment encore marginale ;
- il repose sur un effort contributif préalable, peu accessible aux ménages aux ressources faibles, et l'abondement étant proportionnel à l'effort il a un effet potentiellement anti-redistributif<sup>32</sup>. Ceci explique que les employés (54%) et les professions intermédiaires (25%) en soient les principaux utilisateurs ;
- il met sur le même plan le tourisme associatif et le tourisme commercial, même si les excédents de gestion – en moyenne 1% des sommes collectées – sont consacrés à des aides pour soutenir le départ en vacances de personnes et familles en difficulté (environ 40 000 personnes concernées en 2003), et à des aides à la rénovation et à la modernisation des hébergements de tourisme à vocation sociale.

Initié par un gouvernement de gauche à la demande des syndicats, de la mutualité et des associations de tourisme, le chèque-vacances a été voulu comme un élément de démocratie

---

<sup>29</sup> Le principe est l'autofinancement et l'appel à l'emprunt banalisé, i.e. non bonifié. Rappelons cependant que pour son ouverture, Eurodisney a bénéficié de 500 millions d'euros d'investissements publics et d'un prêt public de 800 millions d'euros sur 20 ans à taux bonifié, alors que la totalité des aides de l'Etat à travers le Plan patrimoine de 1990 à 2000 représentait 47 millions d'euros, et le plan de consolidation 2001/2006, 27 millions d'euros.

<sup>30</sup> La mise en concurrence est régulièrement demandée par le MEDEF et par le groupe Accor, spécialiste avec la coopérative Chèque-Déjeuner du chèque-services.

<sup>31</sup> Si la convention avec l'ANCV est signée par un employeur public ou privé, le salarié doit constituer une épargne d'au moins 4 mois, qui sera bonifiée à hauteur de 20 % au moins et de 80 % au plus. Seuls les salariés dont le revenu fiscal de référence est inférieur à un plafond (en 2003, 16 596 € pour la première part du quotient familial, majorée de 3 849 € par demi-part supplémentaire) peuvent en bénéficier. Par contre si la convention est signée par un Comité d'entreprise ou un organisme social, ils ont toute liberté pour déterminer les critères d'attribution et d'abondement (cela peut aller jusqu'à la prise en charge totale du comité d'entreprise sans aucune participation du salarié).

<sup>32</sup> En partie compensé – hors CE – par le plafond de revenu et le montant maximal d'épargne (20% du SMIC mensuel), et pour les fonctionnaires d'Etat par un abondement dégressif en fonction du revenu (25, 15, 10%).

---

sociale et d'équité dans l'accès aux vacances. Or le mécanisme apparaît paradoxalement plutôt conforme aux principes socio-libéraux de « liberté subsidiée » : responsabilité, abondement, libre choix du prestataire, excédent affecté à des mesures d'action sociale, et aucun dépense – hors mesures de défiscalisation – pour le budget de l'Etat.

La professionnalisation du tourisme social a également modifié le profil des dirigeants salariés. Les nouvelles générations ont des cursus de type hôtelier ou gestionnaire alors que les anciennes générations étaient plutôt issues des mouvements de l'éducation populaire et formées « sur le tas ». A la fois nécessaires pour répondre à l'évolution de la demande et conséquences de la mise en concurrence, les compétences demandées en matière de rigueur de gestion et de connaissance de l'économie touristique et des « clientèles »<sup>33</sup> sont aujourd'hui assez semblables dans le secteur social et le secteur commercial. Néanmoins il semble que dans la plupart des cas les nouveaux directeurs d'organismes du tourisme social ont aussi une « fibre militante et sociale » et ne soient pas « interchangeables » avec ceux du tourisme commercial. De plus comme nous l'avons souligné, en matière de gestion des ressources humaines et de définition des tarifs (selon les revenus, les localisations et les saisons), prévaut selon l'expression de Jacques Chauvin (2003) un « yield management social » où « pertinence économique et gestion sont compatibles avec accessibilité au plus grand nombre ». Enfin la réelle autonomie de gestion des associations locales au sein des fédérations tranche avec la fausse indépendance du système de franchise et de gérance-mandat des grands groupes commerciaux.

### **Comment ne pas être « noyé » par le discours tourisme durable des multinationales ?**

Selon l'OMC, la libéralisation du commerce international des services est source de croissance et de développement pour tous les pays. Ceci favoriserait la baisse de la pauvreté dans les pays riches et à terme pour les pays pauvres, permettrait de se préoccuper davantage du long terme et procurerait les moyens financiers et technologiques de lutte contre la pollution (Nordstrom, Vaughan, 1999). En somme, la libéralisation conduirait inévitablement aux trois facettes du développement durable.

Cet enchaînement vertueux serait encore plus assuré dans le tourisme, activité où le « décor » naturel, sociétal et humain est primordial. Il y existerait ainsi une sorte de « main invisible »<sup>34</sup> conduisant à la durabilité. Dans leur propre intérêt (de rentabilité de long terme) les opérateurs commerciaux du tourisme auraient spontanément des préoccupations humanitaires, environnementales et sociales. Ainsi le groupe Accor (3<sup>e</sup> rang mondial dans l'hôtellerie), considère le tourisme comme une industrie lourde car l'amortissement de ce type d'investissement se fait sur 30 ou 40 ans. En conséquence, « *le tourisme durable pour nous [Accor], c'est un patrimoine qui représente un réel intérêt à caractère permanent avec une protection garantie, c'est une appropriation du projet par la population locale et c'est un équilibre naturel d'exploitation* » (CNPTEP, 2000). Il existerait ainsi une convergence certaine entre les principes du développement durable et la durabilité des profits du tourisme conventionnel. En complément, les processus de certification volontaire (codes, labels,

---

<sup>33</sup> Dans les brochures et les discours des dirigeants du tourisme associatif, le terme de clientèle semble supplanter progressivement ceux d'adhérents, d'usagers, de participants ou de stagiaires.

<sup>34</sup> Rappelons que dans l'optique de la main invisible, le marché est l'institution d'utilité sociale par excellence sans que cela soit nécessaire de conscientiser (Smith : « *tout en ne servant son intérêt personnel il (le producteur capitaliste) travaille souvent pour l'intérêt de la société. Sans en avoir l'intention il sert l'intérêt social* ») et que l'enfer économique est pavé des meilleures intentions sociales (Smith « *Je n'ai jamais vu que ceux qui aspiraient dans leurs entreprises de commerce, à travailler pour le bien-être général, aient fait beaucoup de bonnes choses* »).

---

récompenses, chartes) permettraient de trier les « bons samaritains » (les entreprises responsables) des « brebis galeuses » (les entreprises prédatrices) (Caire, 2003b).

Face à ce discours d'autorégulation et d'autocontrôle durables du marché touristique porté par les multinationales et les institutions internationales, le tourisme social peut-il trouver sa voie, mais aussi faire entendre sa voix ?

Outre son évident rôle social, il peut tout d'abord mettre en avant son caractère moins standardisé, et ses implantations plus disséminées sur le territoire. Conjointement à la petite hôtellerie-restauration et à l'agrotourisme, le tourisme social et associatif participe à la revitalisation de territoires en difficultés et à un rééquilibrage du tourisme sur l'ensemble du territoire métropolitain. Il peut ainsi générer des effets de levier pour la dynamique du territoire. L'irrigation du tissu économique local (filière agricole, entreprises commerciales – taxi, artisan, restaurants, petite hôtellerie, porteurs de projets), la coopération et la mise en réseau des prestataires locaux, constituent un facteur d'attractivité, et peut jouer un rôle fédérateur et de développement d'une identité territoriale positive.

L'ouverture sur le territoire est aussi culturelle, en encourageant les touristes à explorer le territoire, et en ménageant des espaces et des temps de rencontre avec les producteurs et les habitants. On retrouve là la volonté d'un tourisme « éveilleur par les saveurs et les savoirs » selon l'expression de Michel Adam.

A l'opposé, au regard de quelques grands opérateurs commerciaux le tourisme social peut paraître en retard dans ses actions de sensibilisation aux valeurs du développement durable et dans son questionnement sur ses impacts sur l'environnement local, naturel (consommations d'eau et d'énergie, artificialisation des sols, préservation de la faune et de la flore des espaces protégés et sensibles, gestion des déchets) et paysager (architecture des bâtiments, matériaux utilisés, essences d'arbres plantés...).

Cependant cette impression de retard est sans doute plus médiatique que réelle. Ainsi le groupe Accor, leader européen et numéro 3 mondial de l'hôtellerie, fait souvent figure d'entreprise pionnière et affiche une politique de développement durable active et volontariste, politique souvent citée en exemple. Or un examen attentif des actions réalisées conduit à penser que sous couvert de développement durable, il s'agit plutôt d'une simple politique de communication, de requalification d'actions déjà anciennes et de valorisation de l'image de marque (Caire, 2004a). Le tourisme social ne nous semble pas devoir nourrir de complexes d'infériorité, sauf peut-être en matière de moyens financiers de communication.

## CONCLUSION

Par leur histoire, par les valeurs qui les fondent, par leurs projets actuels, les organisations de tourisme social – et solidaire – nous semblent répondre point par point à la définition de l'utilité sociale que propose Jean Gadrey (2004), « *est d'utilité sociale l'activité d'une OES (i.e. d'une organisation d'économie sociale) qui a pour résultat constatable et, en général, pour objectif explicite, au-delà d'autres objectifs éventuels de production de biens et de services destinés à des usagers individuels, de contribuer :*

- à la réduction des inégalités économiques et sociales, y compris par l'affirmation de nouveaux droits,
- à la solidarité (nationale, internationale ou locale : le lien social de proximité) et à la sociabilité,
- à l'amélioration des conditions collectives du développement humain durable (dont font partie l'éducation, la santé, la culture, l'environnement, et la démocratie). »

---

C'est dans cette perspective que notre groupe de recherches travaille, afin d'élaborer des indicateurs opérationnels d'évaluation de la contribution des associations de tourisme social au bien-être individuel et collectif de l'ensemble des parties prenantes de l'activité : touristes, travailleurs, partenaires, habitants permanents.

## **BIBLIOGRAPHIE**

AFIT (2000), *Le tourisme associatif. Etude sur les clientèles familiales du tourisme associatif*, Les cahiers de l'AFIT

ANCV (2004), *Bilan économique et social de l'utilisation du chèque-vacances, année 2002*

Berhault N., Luong L. (1995), Les vacances à la maison : choix ou contraintes, *Insee première*, n°402

Boyer M (1999), *Le tourisme de l'an 2000*, Presses Universitaires de Lyon

Caire G. (2003a), « *Les nouvelles frontières du non-départ en vacances des ruraux et des urbains : fracture sociale ou stratégie spatiale ?* », Communication au Colloque « *Rural-urbain : les nouvelles frontières. permanence et changements des inégalités socio-spatiales* », Poitiers, juin 2003 (à paraître aux PUR)

Caire G., Rouillet-Caire M. (2003b), « *Approche conceptuelle du tourisme durable et mondialisation touristique : Une analyse critique de l'AGCS* », Colloque *Tourisme et développement durable*, Fort de France, 25 et 26 septembre 2003 (à paraître chez Karthala)

Caire G. (2003c), « *Mondialisation du tourisme et régulation sociale postfordiste* », in Euzéby C. (ed.), *Mondialisation et régulation sociale*, tome 1, L'Harmattan,

Caire G. (2004a), « *Une évaluation critique de la politique de développement durable du groupe Accor* », in *La dynamique de l'évaluation face au développement durable*, sous la direction de Claudine Offredi, L'Harmattan

Caire G. (2004b), « *Solidarités familiales et « vacances gratuites » : un élément méconnu des inégalités sociales* », in Girard D. (dir.), *Transferts et rythmes familiaux*, tome 2 de *Famille et solidarités*, L'Harmattan

Chauvin J. (2002), *Le tourisme social et associatif en France*, L'Harmattan

Chauvin Jacques (2004), *L'apport social du tourisme associatif dans les territoires*, Rapport au CNT

*Convention collective nationale du tourisme social et familial* (2003), JO

CNPTER (2000), *Vers un tourisme durable*, Actes de la 10<sup>e</sup> Université d'été du tourisme rural

Corbin A. (dir.) (1995), *L'avènement des loisirs 1850-1960*, Aubier

Demeure A., Sanvicens (2003) Les spécificités tarifaires du tourisme associatif, *Cahier Espaces* 79, Novembre

Dumazedier J. (1962), *Vers une civilisation des loisirs ?*, Éditions du Seuil

Gadrey J. (2004), *L'utilité sociale des organisations de l'économie sociale et solidaire*, Rapport de recherche pour la DIES et la MIRE, 135 p.

Froidure J. (1997), *Du tourisme social au tourisme associatif. Cirses et mutations françaises du tourisme*, L'Harmattan

- 
- Hilaire M.-M. (2005), *Coordonner et optimiser les aides au départ en vacances des Familles*, Rapport au CNT (à paraître)
- Jolin L. (2003), Les mesures sociales pour accroître le départ en vacances et l'accès au tourisme, *Téoros*, automne 2003
- MEDEF (2002), « *Pour que la France reste en tête du tourisme mondial* », Rapport du Groupe Tourisme
- Nordstrom H., Vaughan S. (1999), Commerce et environnement, *Dossiers spéciaux de l'OMC*, n°4
- Rauch A. (1993), *Les vacances*, PUF
- Réau B. (2005), Evasions temporaires : socialisations et relâchements des contrôles dans les villages de vacances familiaux, *Revue Espaces et sociétés*, mai 2005
- Rigalleau M. (2001), *Incitation au départ des non-partants*, Rapport au CNT, La Documentation française
- Schmidt H.-W. (2003), « Plus de vacanciers et plus de séjours », *Statistiques en bref*, n°29/2003, Eurostat
- Secrétariat au tourisme (2002), *Le tourisme des jeunes*, document internet
- UNAT (2000), *Les aides au départ en vacances dans les pays de l'Union européenne*, document internet